

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO



**Estilos parentais e os hábitos de consumo das crianças: um estudo  
exploratório no pré-escolar**

Carla Cristina Cardoso dos Santos

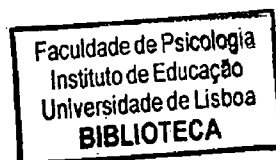
**Dissertação**

Mestrado em Educação

Área de especialização em Formação Pessoal e Social

2013

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO



**Estilos parentais e os hábitos de consumo das crianças: um estudo  
exploratório no pré-escolar**

Carla Cristina Cardoso dos Santos

**Dissertação**

Orientado pela Prof.<sup>a</sup> Doutora Carolina Carvalho

Mestrado em Educação

2013

*Meninos cujos pais tão cedo saem*

*De noite para longe ir trabalhar*

*Sem poder ver como tão bem vos caem*

*As roupas que p'ra escola ides levar.*

*Nem um beijinho em vosso rosto quente*

*Nem um adeus de mão ao longe dar*

*- Lembrai-vos que é p'ra vos dar de presente*

*O que ninguém lhes pode ofertar.*

*O pais que só pensais em trabalhar*

*Sem tempo para estar com vossos filhos,*

*Lembraí-vos que não basta só amar!*

*Será que à terra basta um bom lavrar?*

*Será que bastou às flores do sol os brilhos?*

*Sem água . . . o campo nada pode dar!*

*Feliciano Veiga*

## **Agradecimentos**

O ser humano desanima mas também se encanta e a vida em relação com os outros só faz sentido se assim for.

A presente dissertação é fruto de uma aventura, com desânimos e encantos, que aceitei em 2012, quando me inscrevi no mestrado em Educação na área de especialização em Formação Pessoal e Social.

Iniciámos o percurso, desenvolveu-se e aqui estamos depois de concluir, tarefa desafiadora, mas a colaboração e apoio de todas as pessoas que fizeram questão de estar comigo, foi sem dúvida indispensável.

O meu primeiro agradecimento é dirigido á minha orientadora Professora Doutora Carolina Carvalho. A sua disponibilidade, compreensão, confiança, orientação e apoio merecem o meu inteiro reconhecimento.

Às famílias, que se disponibilizaram para as entrevistas, o meu obrigado mais uma vez. Foram sementes importantes neste estudo com as suas partilhas.

Aos colegas da faculdade pelo tempo bem passado e troca de experiencias e conhecimentos.

Aos meus amigos, obrigada pelo vosso incentivo e paciência nos meus dias de sono e cansaço.

Agradeço por último, sabendo que são os mais importantes e que em primeiro lugar sempre ficarão, á minha mãe Deolinda, ao meu pai António, aos meus sogros e familiares mais próximos pelo encorajamento e compreensão demonstrada em todos os momentos, em especial, naqueles em que estive mais ausente.

Para finalizar deixo uma mensagem de grande amor e carinho às três pessoas da minha vida, que me preenchem e que tornam o meu dia-a-dia mais feliz com todas as coisas boas e menos boas que possa ter. A ti Nuno, Lucas e Maria dedico este singelo e modesto trabalho.

## Resumo

A realidade do consumo na vida em sociedade e a envolvimento da família é o ponto de partida da presente dissertação. Tendo como principal objetivo, descrever como os diferentes estilos parentais se refletem no consumo das crianças em idade pré-escolar.

Desta investigação fizeram parte doze famílias, em que todas deveriam ter pelo menos um filho em idade pré-escolar. Estas famílias - pai e mãe - participaram respondendo a uma entrevista. Mais tarde, a entrevista foi transcrita e realizada uma análise de conteúdo.

Os resultados obtidos vão no sentido da identificação de dois estilos parentais. As famílias têm efetivamente hábitos muito próprios de consumo e o acompanhamento/educação que é feito pelos pais principalmente nesta dimensão do consumo se reflete na forma de estar das crianças nas suas particularidades e nos seus hábitos de consumo.

No decorrer da elaboração deste trabalho, foram-se identificando algumas limitações e depois de as conclusões chegar, outros pontos de reflexão surgiram no sentido de poderem vir a ser pontos de partida para próximos estudos.

Palavras – chave: Estilos Parentais, Consumo, Crianças em idade pré-escolar (3/5 anos).

## **Abstract**

The consumption reality in our social life and the family engagement on this matter are both the starting point for our master's thesis.

The main goal is to describe how the different parental styles can have an effect on our pre-school children's consumption behaviour.

To help on this investigation we took, as a sample, twelve families with at least one child between 3 and 5 years old. These families - the parents - have answered to some questions. Later on the interview was written and it was analysed.

The results obtained from this work helped us to understand that there are two different parental styles. All families have different consumption habits. The education around this subject not only affects the children behaviour but also their future consumption habits and their lives.

During this investigation some difficulties and limitations were found which lead us to a conclusion: other points of view should be carried out and who knows if these difficulties will be the starting point for next researches.

**Key word:** Parenting styles, Consumption, Pre-school children (3/5 years old).

Índice geral

Índice dos Quadros .....vii

Índice das Tabelas .....viii

Índice das Figuras .....ix

Introdução.....1

Capítulo I .....5

Enquadramento Teórico .....5

1. Família .....6

    1.1. Família: procura de um conceito .....6

    1.2. Família: uma complexidade de modelos .....9

        1.2.1. O Casamento e o Divórcio .....11

        1.2.2. Famílias Monoparentais .....13

        1.2.3. Famílias Reconstituídas .....15

        1.2.4. Famílias em Coabitação .....16

        1.2.5. Famílias com pais do mesmo género .....17

2. Modelos Parentais Educativos .....20

    2.1. Estilo parental autoritário .....25

    2.2. Estilo parental autoritativo .....26

    2.3. Estilo parental permissivo .....27

3. O Consumo .....29

    3.1. Sociedade de consumo .....29

        3.1.1. Comportamento dos consumidores .....30

        3.1.2. Consumo e os Media: o caso da televisão .....32

        3.1.3. Família ponto de partida e chegada ao consumo .....34

        3.1.4. Crianças Consumidoras .....36

        3.1.5. Educação para o consumo em idade pré-escolar .....38

Capítulo II .....44

Metodologia .....44

4. Metodologia .....45

    4.1. Opções metodológicas .....45

    4.2. Participantes .....48

    4.3. Instrumentos: a entrevista .....48

    4.4. Procedimentos .....50

Capítulo III .....	52
Resultados.....	52
5. Resultados.....	53
5.1. Apresentação dos Resultados .....	53
Caracterização das famílias .....	53
5.2. Discussão dos Resultados.....	58
Conceito de família.....	60
Estilos parentais .....	63
Consumo nas famílias.....	74
5.3. Síntese dos Resultados .....	85
Capítulo IV.....	90
Considerações finais.....	90
6. Considerações finais.....	91
Limitações do estudo .....	92
Perspetivas futuras.....	93
Referências Bibliográficas .....	94
Legislação Consultada .....	100
Anexos.....	101
Anexo I .....	102
Guião da Entrevista .....	102
Guião da Entrevista .....	103



**Índice dos Quadros**

Quadro 1 – Organização da entrevista .....49

Quadro 2 – Dimensão, categorias e subcategorias das entrevistas.....59

Quadro 3 – Dimensão: conceito de Família – Prática de família .....61

Quadro 4 – Dimensão: conceito de Família – Promotores do Consumo .....63

Quadro 5 – Dimensão: Estilos Parentais – Autoritário .....66

Quadro 6 – Dimensão: Estilos Parentais – Autoritativo.....70

Quadro 7 – Dimensão Estilos Parentais – Permissivo.....74

Quadro 8 – Dimensão: Consumo das Famílias - Meio influenciador .....77

Quadro 9 - Dimensão: Consumo das Famílias – Exigência dos filhos .....81

Quadro 10 - Dimensão: Consumo das Famílias - Educação para o consumo .....85

## Índice das Tabelas

Tabela 1 - Idade dos elementos das famílias participantes .....	54
Tabela 2 – Estado civil das famílias participantes .....	54
Tabela 3 – Número de filhos das famílias participantes .....	55
Tabela 4 – Idade dos filhos em pré-escolar .....	55
Tabela 5 – Atividade extra horário escolar dos filhos .....	55
Tabela 6 - Habilitações literárias dos participantes .....	56
Tabela 7 – Profissões dos participantes .....	57
Tabela 8 – Situação profissional dos participantes .....	58
Tabela 9 – Subcategoria - Utilização de punição .....	65
Tabela 10 – Subcategoria - Firmeza/cedência nas atitudes .....	69
Tabela 11 – Subcategoria - Televisão .....	75
Tabela 12 – Questão: Produtos mais frequentes nas compras familiares .....	83

## Índice das Figuras

Figura 1 – Esquema de referência e apoio aos modelos de família .....	19
Figura 2 – Subcategoria – Elementos da família.....	62
Figura 3 – Subcategoria – Utilização de punição .....	65
Figura 4 – Categoria - Autoritário .....	67
Figura 5 – Subcategoria – Ambiente familiar .....	68
Figura 6 – Subcategoria – Autonomia e confiança dos filhos .....	68
Figura 7 – Subcategoria – Firmeza/cedência nas atitudes.....	69
Figura 8 – Subcategoria – Liberdade de decisão .....	71
Figura 9 – Subcategoria – Muitas explicações .....	72
Figura 10 – Subcategoria – Educação sob o afeto e carinho .....	73
Figura 11 – Subcategoria – Poucas exigências.....	73
Figura 12 – Subcategoria - Televisão .....	76
Figura 13 – Subcategoria – Interesse/motivação em comprar.....	78
Figura 14 – Subcategoria – Problemas comportamentais no momento das compras .....	79
Figura 15 – Subcategoria - Comportamento dos pais perante as exigências .....	80
Figura 16 – Subcategoria – Gosto pelas compras.....	80

## Introdução

As famílias e as suas dinâmicas próprias são uma fonte de conhecimento muito rico, sendo ao longo dos tempos alvo de estudos diversificados. De comum a todos é a procura de compreensão das realidades familiares.

As famílias, como fonte de estudo fazem sentido, na medida em que ajudam a entender: as experiências dos seus elementos, os comportamentos, os objetivos educacionais, os princípios eleitos como base do funcionamento do dia-a-dia, bem como a expressividade da própria família no seu todo em sociedade.

Ir ao encontro deste conhecimento, faz perceber que as “histórias são o material de ensino, a paisagem em que vivemos como professores e investigadores e através do qual, o trabalho dos professores pode ser visto como fazendo sentido (...)” (Galvão, 2005, p. 329). O trabalho faz sentido, quando se lhe consegue dar, precisamente, esta dimensão de retrato da realidade em que se vive. Quando se consegue ir ao encontro dos outros, aprofundar as vivências e realidades e daí criar novo conhecimento.

As famílias como parte integrante de um mundo em constante mudança onde as crianças são os adultos de amanhã têm grande responsabilidade no sentido de orientar e adaptar-se á sociedade materialista e individualista em que vivem. O consumismo facilmente se torna uma fonte e um princípio orientador no desenvolvimento infantil.

É refletindo as realidades da vida em sociedade que se despertam para enfoques tão significativos como a questão do consumo. Questão que levanta diversas preocupações e que está na base da escolha do tema deste trabalho, até pelo número reduzido de estudos nesta área, e em particular, com famílias com filhos em idade pré-escolar.

Hoje vive-se numa sociedade consumista entendendo consumismo como uma “(...) formação de ideias, um hábito mental manipulado que se tornou uma das características culturais mais marcantes da sociedade atual (...)” (Dexheimer, 2011, p. 2), a população em geral é alvo de uma enorme propaganda de ideias associadas ao

consumismo mas são as crianças, ainda em desenvolvimento, que sofrem cada vez mais cedo as consequências do excessivo consumo.

As crianças são também agentes do consumo. Moreira e Cardoso (2007 citado por Duarte 2010, p. 16) afirmam que “as crianças são três mercados num só: primário, com produtos exclusivos para a sua faixa etária; de influência, graças ao peso que as suas preferências e gostos têm nas decisões de compra de familiares; e de futuro, visto que as crianças de hoje serão os adultos de amanhã”, considera-se ainda importante, perceber a influência das crianças no consumo dos pais e se estes promovem uma educação para o consumo eficaz em paralelo com a própria escola.

Na perspetiva de concretização destas ideias, parece fazer todo o sentido a realização deste estudo. Pretendendo através dele, ilustrar de que forma as crianças influenciam o consumo familiar e, simultaneamente enquadrar os diferentes estilos parentais na realidade do consumo familiar e em particular, nos hábitos de consumo dos filhos. De acordo com Duarte (2010, p. 3) “o consumo apresenta-se como um prolongamento de geração em geração. A cultura de consumo, e sob o efeito direto da publicidade, arrasta as crianças”, esta é outra realidade que está na origem do propósito do estudo, a publicidade de que as crianças são alvo diariamente.

Estudar o consumo infantil e o papel da televisão nas crianças em idade pré-escolar é relevante porque aparentemente parecem mais suscetíveis aos apelos do marketing e da publicidade que cada vez mais hoje em dia lhes é dirigida.

A motivação para realizar este estudo, vem de uma dupla preocupação: a de mãe e a de educadora de infância. Perceber, como os diferentes estilos parentais se refletem nas crianças face ao consumo e como se processa essa influência nos momentos das compras em família. Para Alarcão (2006, citado por Esteves, 2010, p. 1) “a família constitui o meio ideal para a elaboração e aprendizagem de dimensões significativas da interação, tais como, os contactos corporais, a linguagem, a comunicação e as relações interpessoais”, evidenciando desta forma, um enquadramento que deve fazer parte do acompanhamento familiar junto do desenvolvimento das crianças.

As Orientações Curriculares para o pré-escolar (1997, p. 55) fazem referência ao consumo, onde se lê “a educação para a cidadania, baseada na aquisição de um espírito crítico e da interiorização de valores, pressupõe conhecimentos e atitudes que poderão iniciar-se na educação pré-escolar através da (...) educação do consumidor”, encontramos assim uma referência para a sua presença nesta etapa escolar das crianças.

Pais e educadores do pré-escolar têm um papel crucial nos hábitos de consumo das crianças em idade pré-escolar. Este trabalho de dissertação centra-se nas diferentes formas de estar das famílias e das suas crianças face à questão do consumo.

Uma questão de investigação não deve ser feita ao acaso. De acordo com Almeida (1995) deve ser clara, exequível e pertinente:

Clara porque se deve ficar a saber em que sentido exato se dirige a investigação (...) Exequível porque tem de haver equilíbrio entre as condições disponíveis para investigar e o objeto específico que se define (...) Pertinente porque há questões que, além de mal formuladas de início, podem ser inatingíveis pela via da investigação (p. 200).

A questão de investigação do presente estudo é *De que forma os diferentes estilos parentais se refletem nos hábitos de consumo das crianças em idade pré-escolar?*

Desta questão temos como objetivo principal:

- Descrever como os estilos parentais estão presentes no consumo das crianças em idade pré-escolar.

Os restantes objetivos são:

- Identificar os estilos parentais dos participantes do estudo e os hábitos de consumo das crianças em idade pré-escolar;
- Identificar como varia o comportamento das famílias face ao consumo das crianças;
- Analisar como os pais através da interação com os filhos promovem a educação para o consumo;
- Compreender como os pais vêem o papel da escola na educação para o consumo de crianças em idade pré-escolar.

Os participantes do estudo são famílias com pelo menos um filho no pré-escolar cuja idade esteja entre os três e os cinco anos. Para a recolha de informação foi utilizada a entrevista.

A presente dissertação está estruturada da seguinte forma: quatro capítulos, referências bibliográficas e anexos. Onde se procura: no primeiro capítulo, fazer um enquadramento teórico sobre a família, os modelos parentais educativos e o consumo; num segundo capítulo está contemplado a metodologia do estudo iniciando-se com a caracterização dos participantes, os instrumentos utilizados e os procedimentos; o terceiro capítulo revela os resultados do estudo, fazendo a apresentação desses resultados, a análise e a discussão dos mesmos; no quarto capítulo estão presentes as considerações finais, algumas limitações do estudo bem como algumas perspetivas futuras. Para novas investigações segue-se as referências bibliográficas para a realização do trabalho e por fim apresentam-se os anexos (o guião da entrevista).

Considera-se que este estudo exploratório possa ser uma contribuição para o conhecimento sobre as perspetivas e comportamentos familiares face ao consumo, dada a escassez de estudos nesta área específica.

Este trabalho surge no seguimento de preocupações pessoais enquanto mãe e profissionais enquanto educadora de infância. Preocupações na área do consumo e da sua relação com as crianças em meio familiar. A família sendo o centro e a envolvimento de todo um processo de criação, desenvolvimento e educação da criança, como reage a esta questão do consumo na sua prática do dia-a-dia, no sentido comportamental e educativo.

## **Capítulo I**

### **Enquadramento Teórico**



## **1. Família**

### **1.1. Família: procura de um conceito**

Família pode ser considerada uma palavra cheia de intensões. Imediatamente ao falar de família parece que se enche o ser com algo único, importante e essencial para o apoio e segurança da pessoa. Segundo Étienne, Bloess, Noreck e Roux (1997, p. 164) a “família é uma instituição presente em todas as sociedades humanas (...) A família é um grupo caracterizado pela residência comum e pela cooperação de adultos dos dois sexos e dos filhos que eles geraram ou adotaram”. Considerando a família composta pelos seus elementos, pressupõe haver uma relação entre esses elementos tendo presente alguns pontos relevantes que direcionam a percepção para a origem da família no sentido das sucessivas gerações que se foram juntando e deram origem a outras famílias.

O termo família por si só, parece direcionar para a relação entre pessoas, de um alguém com outro alguém.

Se uma pessoa é família de ou faz parte da família de alguém, essa pessoa tem uma relação ou uma dinâmica afetiva, na medida em que a família revela-se “como um dos lugares privilegiados de construção social da realidade, a partir da construção social dos acontecimentos da vida e das relações” (Saraceno & Naldini, 2003, p. 18). Podendo manter-se estas relações constantes no dia-a-dia com uma presença concreta, bem como um papel ativo nos acontecimentos e relações no desenrolar da vida em sociedade.

Os laços que unem as pessoas, sejam de sangue, afetivos ou mesmo profissionais são sem dúvida um amparo, na medida em que tanto nos bons como nos momentos menos bons existe uma presença de alguém que está, que pode dar a mão ou simplesmente apoia. Koller, Antoni e Cecconello (2003, p. 46) consideram que a família “é a maior fonte de segurança, proteção, afeto, bem-estar e apoio”, efetivamente, os elementos das famílias sentem-se reconfortados com todo o envolvimento que pode existir. Muitas vezes para uma pessoa não se sentir só, não

são necessários grandes gestos, basta um olhar sereno e reconfortante, que dentro de uma família se espera encontrar.

Nas relações familiares para Saraceno e Naldini (2003):

Um marido e a sua mulher, juntos dão vida a uma «família», podem falar ao mesmo tempo da «nossa família», da «minha família» e da «tua família», aludindo de vez em quando à família que constroem em conjunto (...) «nós» designam limites, separações, mas também relações, confluências (p. 17).

Esta relação de união que vai progredindo e mantendo viva a junção de dois seres que ao se unirem dão lugar a uma família que cresce com o aparecimento dos filhos e que com o passar do tempo outras famílias formaram e outras surgiram. Dando origem a conversas do género, sou da família de, depois casei e constitui nova família e com outras famílias ainda mantenho relações.

As relações dentro da família parecem ser relações de reciprocidade, de equilíbrio de poder, de afeto, de partilha, de educação e de coesão. Para se estabelecer uma relação, onde existe mais de uma pessoa é normal que o que uma pessoa faz influencie de alguma forma a outra e vice-versa. A relação partilhada manifesta reciprocidade. Mas na família, o equilíbrio de poder é essencial para que se possa criar um ambiente harmonioso. Um não lidera, ou deve liderar, mais de que outro. O equilíbrio em termos de poder é fundamental para o desenvolvimento de uma educação orientadora, se existirem membros mais novos. A família, segundo Burguière, Klapisch-zuber, Segalen e Zonabend (1996, p. 7) “traduz esta fidelidade (...) fonte das suas emoções mais antigas e profundas, lugar onde se forma o seu ser físico e a sua personalidade moral, a família une pelo afeto, pelo interesse”. É no afeto que se manifesta o carinho, a atenção, a predisposição para estar e ouvir o outro, “todos respeitávamos o ponto de vista alheio, numa pedagogia do reconhecimento do outro, um dos mais importantes valores” (Sampaio, 2010, p. 14). A comunicação é fundamental para que uma pessoa não se sinta só, que se sinta em relação familiar.

É na família e nas suas relações que se verifica um importante caminho de aprendizagem, de experimentação e de socialização das crianças. Percebe-se então, que a família tem um papel fundamental na socialização da criança. A família é vista como um “grupo de pessoas aparentadas entre si que vivem na mesma casa sob a autoridade de uma delas (...) A família, como unidade sociológica, é um grupo

organizado, unido por laços pessoais, íntimos e domésticos (...) A família é, por conseguinte, fundamental para a civilização humana” (G.E.Universal, 2004, p. 5478), esta perspectiva de família é abrangente em termos de desenvolvimento e integração social. Mas falar de relações familiares, também é ir um pouco mais além. É considerar a família segundo Alarcão (2000):

Um espaço privilegiado para a elaboração e aprendizagem de dimensões significativas da interação: os contactos corporais, a linguagem, a comunicação, as relações interpessoais. É, ainda, o espaço de vivência de relações afetivas profundas: a filiação, a fraternidade, o amor, a sexualidade (...) numa trama de emoções e afetos positivos e negativos que, na sua elaboração, vão dando corpo ao sentimento de sermos quem somos e de pertencermos àquela e não a outra qualquer família (p. 35).

Assim entende-se a família, na dimensão de relações sociais, de relações profundas de amor, afeto e valorização da pessoa como ser único.

Nas relações familiares encontramos os elementos de construção/formação do ser, pois, são as achegas que diariamente vão fazendo parte da solidificação de princípios e valores fundamentais para o desenvolvimento e crescimento do indivíduo, de forma a torná-lo capaz de enfrentar as dificuldades e dissabores da sociedade. Como refere Sampaio (2010, p. 28) “importa compreender que se vive mal sem pertença e que, num mundo ameaçador e imprevisível como o de hoje, a história da nossa família e a relação com os nossos próximos constitui a referência fundamental”. É um bem para a pessoa, física e psicologicamente, saber que tem alguém, uma família, uma referência, uma relação com os que o rodeiam. A empatia pelo próximo, com quem se vive e se convive na proximidade das nossas relações é um elo de ligação e um caminho para o sucesso, o equilíbrio e bem-estar das e nas relações familiares.

A família, ao longo dos tempos, sempre teve o papel preponderante na apropriação de valores, entendendo valor como “processo aconselhado de (...) escolhido de livre vontade; escolhido entre várias alternativas; escolhido depois de cuidadosa consideração das consequências; apreciado e acarinhado; afirmado publicamente; cumprido e frequentemente praticado” (Raths, Harmin & Simon, 1966, p. 28 citado por Valente, 2002, p. 87).

A família tem vivido rápidas e profundas transformações a diferentes níveis que se encontram nos vários modelos de família.

## 1.2. Família: uma complexidade de modelos

Em algumas sociedades tradicionais o casamento era uma concretização de interesses: sociais, económicos, mas raramente por amor. Os casamentos prolongavam-se no tempo, a maior parte estavam longe de ser casamentos de felicidade. Os homens trabalhavam fora de casa e pouco ou nada participavam na vida das crianças, deixando toda a parte de educação sob a responsabilidade das mulheres. Normalmente eram famílias numerosas onde “a pobreza, o obscurantismo, a desigualdade de género, a infidelidade aceite e frequente por parte dos homens, a ausência de respeito para com os mais novos (a quem raramente se pedia uma opinião e a quem se espancava sem hesitação) ” (Sampaio, 2010, p. 27) faziam parte do relacionamento familiar.

A partir do século XVIII assiste-se a mudanças fundamentais. Segundo Zornig (2010, p. 454) “com o discurso iluminista e com a importância do romantismo, o amor entre casais e entre pais e filhos é priorizado e as alianças conjugais passam a ser estabelecidas com base no afeto e não mais como arranjos externos”, as relações passaram a ser por amor, o casamento passou a ser um modelo de união entre duas pessoas que livremente decidiam ficar juntas pelo sentimento que as unia e não por interesse ou conveniência. Por outro lado também se assiste a um desabrochar do amor parental, realidade que conforta os filhos e alimenta a consolidação da presença próxima e participativa do pai.

“No século XXI casa-se porque se ama, por isso o divórcio cresce quando se deixa de amar. Há muitas separações, mas a maioria dessas pessoas volta a casar-se e procura novo entendimento baseado no afeto recíproco, quase nunca numa convivência de interesses” (Sampaio, 2010, p. 27). As palavras do autor deixam surgir a ideia que o casamento por amor, por vezes pode não ser muito pensado, permitindo uma aproximação entre as pessoas ao nível da intimidade, do desejo sexual. Situação que pode tornar o casamento instável e trazer mesmo alguns conflitos entre pais e filhos, pois, parece sentir-se a família como fruto das emoções imediatas.

A ideia de família sofreu alterações no seu essencial relacionando-se com a sua dissolução ou não, o que segundo Étienne, Bloess, Noreck e Roux (1997, p. 168) “a família moderna aplica o princípio da livre entrada e da livre saída”, pretendendo os autores referir que a união através do casamento faz-se tendo como base o amor que é sentido entre as pessoas. Quando esse amor termina existe o divórcio como possibilidade de saída da união.

As famílias têm as suas particularidades. Cada família tem a sua magia, o seu segredo, que a torna única, possibilitando viver esta dimensão familiar também em exclusividade. Não existem famílias iguais, existem situações pelas quais passam que poderão ser iguais, mas a forma de passar, de ultrapassar, de enfrentar, de se confrontar é diferente, tornando cada realidade familiar diferente das outras “estas mudanças nos modelos familiares assentam em, ou interagem com, outras mudanças – económicas, sociais, culturais e demográficas – que têm impacto nas relações familiares (...)” (Williams, 2010, p. 19).

Segundo Williams (2010, p. 19) “há uma maior incidência de coabitação, separação, divórcio, monoparentalidade, famílias reconstituídas e pessoas que vivem sozinhas; e existe um maior reconhecimento das relações entre pessoas do mesmo sexo”, estas realidades mostram a capacidade de adaptação da família aos tempos presentes resultantes de todas as alterações que a sociedade sofre na evolução também dos tempos “o caminho percorrido até aqui demonstra também a adaptabilidade de uma instituição que ao correr do tempo se vai renovando” (Almeida, 1995, p. 117).

### 1.2.1. O Casamento e o Divórcio

O casamento é uma ideia, um conceito antigo “pelo menos na nossa cultura, acalentamos quase desde o berço. É certo que já passaram os tempos em que os casamentos se negociavam sobre a alcofa do bebé. Mas nem por isso os adultos vão deixando de pensar e verbalizar esse desejo, obviamente diferido no tempo” de acordo com (Alarcão, 2000, p. 113).

Com a influência do cristianismo, o casamento passou a ser considerado um sacramento, ganhando uma dimensão espiritual. Mais tarde com a revolução francesa no séc. XVIII, o casamento passou a ser considerado um ato meramente civil, um contrato, sem ter que estar ligado à igreja.

Em Portugal o casamento civil entrou em vigor no séc. XIX como forma de se distinguir da coabitação.

Para Costa (2012, p. 30) o casamento “é tido como uma união voluntária entre um homem e uma mulher em plena comunhão de vida”, mas quer-se ainda referir que em termos do Direito Público da Família, o casamento é a forma de fundar a família e “é em Portugal um espelho no qual a sociedade e cada um se reconhecem”. O que ajuda a perceber que “em todos os tempos tenha havido a preocupação de regular juridicamente a família, pelo menos naqueles aspetos de maior relevância social” (Direito Público da Família).

Dados do Instituto Nacional de Estatística (2012) referem que, de 2009 até aos censos de 2011, aos atuais, verificou-se um decréscimo de 40391 casamentos para 35711. Esta redução no número de casamentos segundo Almeida (1994) pode significar:

O que parece ser definitivamente rejeitada é a família no sentido mais tradicional do termo – assimétrica em direitos para homens e mulheres, ligada por um laço conjugal indissolúvel mesmo que vivido de forma insatisfatória, autoritária em relação aos filhos. Admite-se a convivência de modelos diferenciados e nascem novas formas familiares (p. 110).

Em Portugal o divórcio “consiste no corte definitivo da relação matrimonial, que se extingue. Está em causa, só o casamento civil” (Campos, D.), o divórcio ainda só

é considerado para o casamento civil, pois, perante a igreja, ainda hoje o casamento é indissolúvel, sendo considerado um sacramento para a vida, embora de acordo com Almeida (1994, p. 112) “as reivindicações desse movimento, e depois de renegociação com a Santa Sé, sai em 1975 uma lei que contempla a possibilidade do divórcio para com os que casaram pela Igreja Católica e estipula ainda o divórcio por mútuo consentimento”.

Divórcio, a palavra por si vem do latim “divortium”, derivado de “divertere”, que em português quer dizer separar-se.

O momento da separação - divórcio - é um momento que já traz um peso. Para chegar à separação em vias de fato, como habitualmente se refere, já as dificuldades em casal foram vividas, as incompatibilidades experienciadas, os temperamentos confrontados, talvez, a infidelidade encontrada em determinados momentos, podendo originar desespero, desconforto, irritação, mudanças de humor, às vezes pode levar mesmo à agressão física. Estes aspetos debilitam a relação entre as pessoas.

Perante determinadas situações, por vezes será difícil decidir, optar pelo divórcio ou não, mas embora a decisão seja difícil às vezes é fundamental assumi-la, para poder haver um restabelecimento da pessoa na sua dignidade. “Em Portugal a tendência dos divorciados é para voltar a casar, mas a probabilidade de o fazerem não é a mesma para todos (...) são os homens que de forma mais significativa tendem voltar a casar (...) as mulheres permanecem mais do que os homens divorciadas” (Almeida, 1994, p. 113).

Para Costa (2012):

O divórcio hoje é uma realidade de quase todos os sistemas jurídicos embora seja encarado de diversas formas, pois uns sistemas são mais liberais com um leque maior de fundamentos legais para o divórcio e formas processuais de o obter e outros menos liberalizantes restringido o divórcio aos casos expressamente previsto na lei (P. 23).

Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (2012) o número de divórcios em 2009 era de 64,8%, aumentando para 74,2% em 2011, aumento de aproximadamente 10%.

Na sociedade de hoje o divórcio é uma realidade presente podendo por isso deixar uma mensagem positiva, “o divórcio constitui a transição, por assim dizer, para

um novo casamento” (Saraceno & Naldini, 2003, p. 173) ou para uma nova relação, podendo ser este novo casamento uma realidade de conforto, uma união sólida e feliz.

Famílias que iremos caracterizar seguidamente.

### **1.2.2. Famílias Monoparentais**

Em Portugal falar de famílias monoparentais, segundo os estudos do Instituto Nacional de Estatística de 2012, é dizer que desde 2009 até aos dados dos censos de 2011, houve um aumento de 17,5% para 18,9% do número de famílias a viver esta realidade. Este aumento é bastante considerável, tendo em conta que o termo da monoparentalidade são “as famílias onde a geração dos pais está apenas representada por um único elemento” (Alarcão, 2000, p. 212). A pessoa que era esposa passou a viver só ou a pessoa que era esposo passou a viver só, isto na situação de ausência de filhos. Se o casal convivía com filhos, as consequências de, por diversas razões como leremos mais adiante, levam à situação de ficar o pai a viver só com o filho ou a mãe a viver só com o filho.

Perante a aceitação dos números em crescimento das famílias monoparentais, não se pode deixar de refletir na origem desta realidade. Saraceno e Naldini (2003, p. 72) apontam como causas “a este tipo de estrutura familiar, elas podem ser diversas: viuvez, procriação fora do casamento, separação e divórcio”.

Esta situação das famílias monoparentais, no passado era fruto em primeira instância de viuvez e nascimentos fora do casamento, portanto os pais não chegavam a casar. Nos dias de hoje, a realidade permite dizer, que efetivamente continua a existir a viuvez e os nascimentos fora do casamento mas, os números aumentaram tendo em conta o aumento das separações e dos divórcios.

O aumento deste modelo familiar, caracterizado pela falta de um adulto na vivência da família pode ter consequências sentidas nos seus elementos.

Normalmente essas consequências são dificuldades, que segundo Alarcão (2000) se podem identificar em diferentes dimensões:



- Plano conjugal, que foge da normalidade da sua constituição de pai e mãe. A conjugalidade à partida partilhada, equilíbrio nas decisões tanto económicas como sociais, fica afetada. Os filhos ao fazerem parte deste desequilíbrio podem interiorizar e manifestar, ao vivenciar a instabilidade emocional, comportamentos desadequados tanto na escola como nas relações com os amigos, situação que merece a atenção do pai/mãe que vive com a criança;

- Sub-sistema parental tem sido "equacionadas em termos da impossibilidade de partilhar tarefas e de recorrer ao suporte que a complementaridade de papéis empresta à tarefa educativa que os pais assumem face aos filhos" (p. 212). Mesmo que o progenitor se esforce no sentido de preencher os dois papéis, procurando anular a ausência do outro é difícil pois as particularidades tornam as pessoas únicas. O que pode acontecer naturalmente e como consequência desta situação é o filho ou se forem dois, o mais velho assumir o papel do progenitor ausente, com a possibilidade de em termos do seu próprio desenvolvimento não ser benéfico;

- Problemática identificatória revela a dificuldade que o filho do mesmo sexo do progenitor ausente tem no seu desenvolvimento ao nível da formação da sua identidade, uma vez que não está presente o modelo, a referência. Outra situação que também é relevante é a imagem, as referências, o comportamento que o progenitor presente passa do ausente;

- Problemática de referência, esta dificuldade, vira-se para a questão do acompanhamento. Pai e mãe fazem-se presentes junto dos filhos e são um acompanhamento constante. Quando a criança começa a ser levada às festas dos amigos sempre pelo mesmo progenitor, sempre que na escola se comemora o dia do pai/mãe e num desses dias o progenitor respetivo ausente falta, sempre que é combinado uma saída em família com a família dos amigos da escola, o progenitor ausente falta, a criança começa a sentir-se incomodada e com vergonha da situação. Como não bastasse os amigos ao irem cobrando também essa ausência ainda acentuam mais o desconforto da própria criança. O ideal seria, que ambos os progenitores conseguissem ultrapassar as suas dificuldades, mesmo separados, em prol do bem-estar dos seus filhos.

### 1.2.3. Famílias Reconstituídas

Pode-se chamar família reconstituída ou família recomposta, tendo em consideração que “pelo menos um dos cônjuges provém de um casamento anterior” (Saraceno & Naldini, 2003, p. 75).

Esta realidade das famílias reconstituídas ou recompostas pode ser complexa. Para Alarcão (2000, p. 204) “específico nas famílias reconstituídas é o facto de, na atual configuração, existirem pessoas que, num passado mais ou menos próximo, tiveram outras famílias (nucleares, entenda-se), em parte agora reunidas neste novo sistema”: O homem pode vir da relação anterior com um filho e se casa com uma mulher que não tem; a mulher pode vir ela de uma relação anterior com um filho e se casa com um homem que não tem; ou então podem vir ambos com filhos e se casam, dando, em qualquer das situações referidas, origem a uma nova família. Nesta nova família que reconstituem, podem ter mais filhos em conjunto, passando a considerar, os meus filhos, os teus e os nossos filhos.

Cada vez mais estas famílias são fruto de separações ou divórcios, o que não era tanto considerado, pois, tinham como origem mais as situações de viuvez. Em qualquer das realidades anteriores de acordo com a opinião de Alarcão (2000, p. 2004) “em qualquer dos casos, há um luto que tem que ser realizado (...) há uma aceitação que tem que ser feita (...) e há uma construção nova que tem que ser edificada”, nestas situações é importante a passagem por estas três etapas, pois os filhos precisam do seu tempo, precisam de se habituar à realidade, para se poderem envolver e posteriormente fazer parte integrante desta nova família. Se os filhos não são ouvidos e os seus tempos respeitados, podem ser elementos de perturbação e desmoronamento da família reconstituída.

Mas se o respeito e a preocupação existir, tanto da parte dos pais como dos filhos, como ainda da parte da madrasta ou padrasto, de acordo com a realidade, estas situações são contornadas e possíveis de ser ultrapassadas de forma a contribuir para um futuro mais harmonioso. Resolvendo o passado, tentando perceber o presente, faz com que se chegue a um futuro de maior cumplicidade.

A reconstituição de uma família “envolvia, normalmente, não apenas uma declaração pública de amor e compromisso mútuos, como também um estatuto financeiro, social e segurança, (...) e um novo começo” (Williams, 2010, p. 67). O reconstituir, pressupõe dar a volta de forma a voltar a fazer, voltar a entender, voltar a assumir, voltar a procurar estabilidade. Duas pessoas que vêm de relações anteriores, juntam-se e decidem voltar a casar, deverá ser baseado no afeto, no carinho, na união, no sentido total da palavra, mas não esquecendo que não vivem isolados “a forma dos compromissos pode ser hoje diferente, pelo facto de serem menos dependentes dos laços de sangue, ou do casamento e poderem ser alargados a outras estruturas domésticas ligadas por casamentos desfeitos” (Williams, 2010, p. 79) porque fazem parte das suas relações todas as pessoas que os rodeiam e que perante elas e o resto da sociedade existem compromissos sociais e económicos que devem fazer parte dos seus objetivos nesta nova família que constituem.

#### **1.2.4. Famílias em Coabitação**

Viver em coabitação, segundo Williams (2010, p. 66) “poderia envolver a mudança de um dos parceiros para a casa do outro; as pessoas poderiam sentir que ofereciam aos seus filhos o benefício de uma presença adulta adicional (...) alguns preferiam a ausência do vínculo formal que a coabitação proporcionava”, viver em coabitação pressupõe a experiência de formar uma família sem o compromisso assumido legalmente. Pode-se equiparar à situação do casamento, na perspetiva do viver em família, a diferença está no compromisso assumido formalmente.

As pessoas que tomam a opção de coabitar com alguém, normalmente são situações que advêm de divórcios ou separações. A coabitação pode ser uma necessidade de refazer a vida familiar sem necessariamente assumir a ideia “de ser para a vida toda”.

Tanto que, existem pessoas que optam pela coabitação com a sensação de que os direitos são iguais aos do casamento, “os coabitantes não têm os mesmos direitos que os casados, embora muitas pessoas presumem que têm” (Williams, 2010, p. 50).

As pessoas quando decidem juntar-se, normalmente um dos elementos já tem uma habitação, o que não quer dizer que depois de se separarem, por qualquer que seja o motivo, o segundo coabitante tenha direito a essa habitação porque efetivamente não tem, a não ser que seja deixado em testamento.

De acordo com os dados apresentados pelo Instituto Nacional de Estatística fala-se de percentagens relevantes, pois em 2009 verificava-se 79,3% e registou-se uma redução para 74,5% em 2011, estes são valores que destacam uma redução do número de famílias em coabitação de 4,8%.

Na coabitação, de acordo com Williams (2010, p. 66), “os compromissos são tão sentidos e conquistados como nas relações de casamento tradicional”. A opção de formar família tem como base, tal como no casamento, o afeto, o carinho, o amor, o respeito, a cumplicidade, mas a diferença é não existir o registo da relação. Os elementos dessa relação: por um lado podem sentir-se seguros, pois foi uma opção consciente; por outro lado, quando a vontade de coabitar é sentida apenas por um dos elementos e o outro não, a ausência do vínculo formal pode tornar a situação insegura e ansiosa por decisão futura de casamento.

#### **1.2.5. Famílias com pais do mesmo género**

A aceitação progressiva da homossexualidade em termos sociais como um comportamento afetivo e sexual alternativo à heterossexualidade, “deve-se ao trabalho dos movimentos *gay* que, desde meados da década de 1950, se começaram a organizar no sentido de conquistar o reconhecimento social da homossexualidade que até aí não existia” (Nodin, 2002, p. 143), iniciaram assim, um intenso trabalho de conquista e aceitação por parte da sociedade da realidade homossexual que durante muitos anos tinha sido um comportamento condenado, literalmente rejeitado pela sociedade.

No séc. XIX “surtem os primeiros trabalhos científicos sobre a sexualidade, os autores desta época vão ser influenciados pela moral religiosa e considerar a

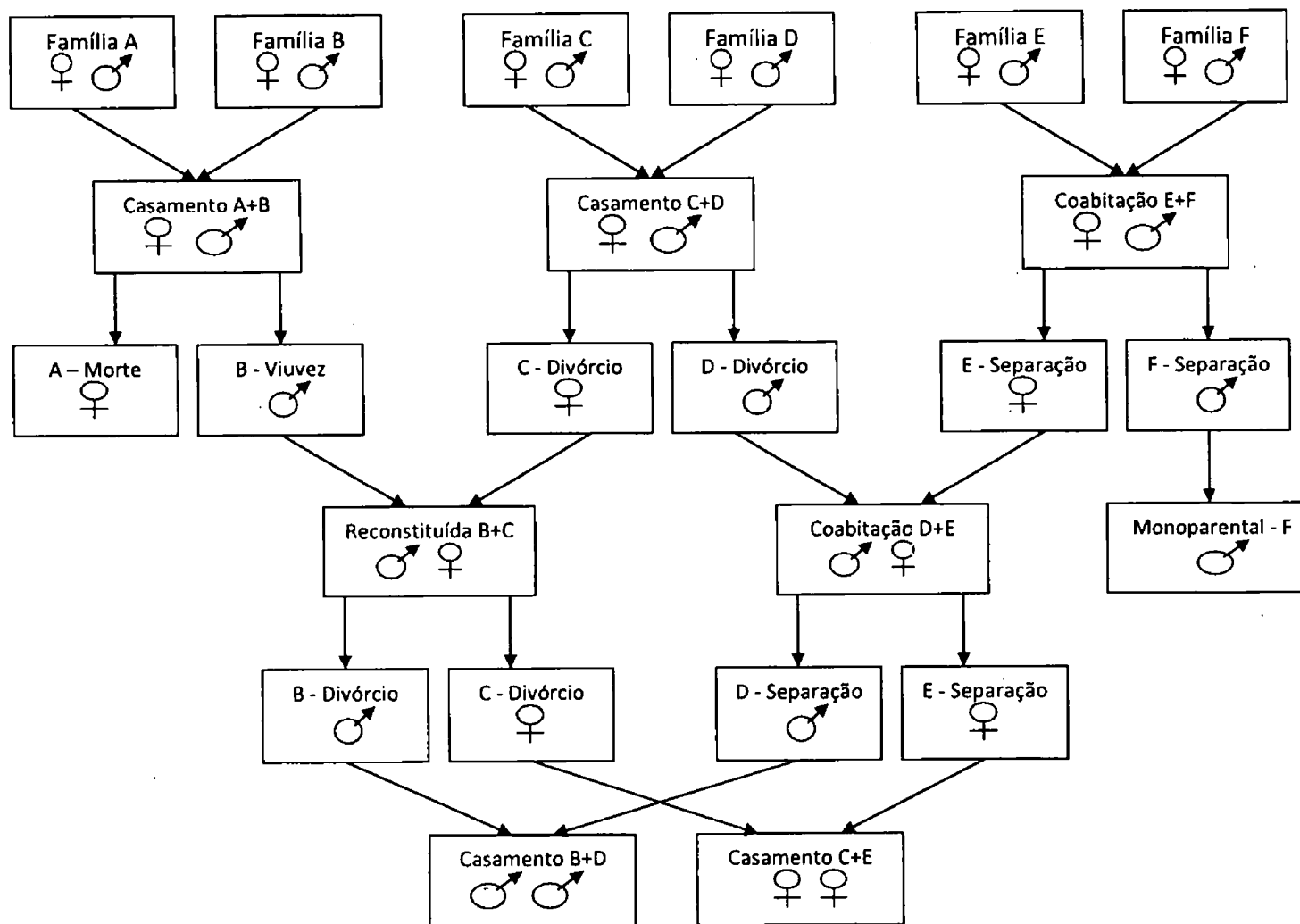
homossexualidade (...) como uma doença que deve ser tratada” (Nodin, 2002, p. 143). A homossexualidade como doença com necessidade de tratamento é uma ideia alterada apenas no séc. XX e só em 1973 foi excluída do diretório norte-americano de doenças mentais.

Em Portugal, tal como já tinha acontecido em outros países, com a Lei nº 9, desde 31 de maio de 2010 acordou-se a permissão para o casamento civil entre pessoas do mesmo sexo. Nos censos 2011 do Instituto Nacional de Estatística (2012, p. 38), em 2010, desde a aprovação da lei a 31 de maio verificaram-se 266 casamentos pelo civil, número que aumentou para 324 em 2011.

Foi com a aprovação da lei a 31 de maio de 2010, que em Portugal foi dado às pessoas homossexuais a “possibilidade de estender as uniões civis aos parceiros homossexuais, para apoiar o seu compromisso e para lhes garantir a maioria dos direitos e responsabilidades conferidos aos casados, como por exemplo a habitação e a possibilidade de o parceiro adquirir responsabilidade parental legal” (Williams, 2010, p. 66). Para ajudar a consolidar esta ideia Almeida (1994, p. 109) defende que “ganham mais relevância, no domínio dos valores, perspetivas mais relativistas, pluralistas e democráticas, o que de certa forma acompanha os ideais de procura da felicidade e de realização pessoal”, esta ideia da aceitação do casamento entre pessoas do mesmo sexo, permite que dois homens ou duas mulheres possam partilhar as suas vidas dentro do afeto, do carinho, do respeito e da cumplicidade que um casamento exige. Podendo desta forma, assumir social, familiar e economicamente as suas relações perante a sociedade. Mas não esquecendo que “a relação homossexual que desafia radicalmente a ideia da família simultaneamente como pacto de solidariedade entre gerações e de procriação” (Saraceno & Naldini, 2003, p. 78), pois a relação entre duas pessoas do mesmo sexo, só permite o alargamento da geração através da adoção.

Em forma de conclusão e pretendendo clarificar, esta dimensão dos modelos familiares, foi elaborado o esquema seguinte (Figura 1).

Figura 1 – Esquema de referência e apoio aos modelos de família



## 2. Modelos Parentais Educativos

A família pode ser vista como uma instituição que faz parte da nossa vida, desde que nascemos até que morremos, pode ser então segundo Valente (2002, p. 35) “um espaço privilegiado para a elaboração e aprendizagem de dimensões da interação: os contactos corporais, a linguagem, a comunicação, as relações interpessoais (...) O espaço de vivências de relações afetivas profundas: a filiação, a fraternidade, o amor, a sexualidade (...) vão dando corpo ao sentimento de sermos quem somos”, encontra-se na família “o motor de arranque” e de orientação para a preparação do ser como pessoa única que é, desde o seu nascimento, envolvendo todo um percurso de aprendizagens e descobertas que o vão formando, dentro de valores e competências diversas.

A criança nasce inserida num meio familiar. Este por sua vez está integrado numa sociedade que pressupõe um processo de construção, ou seja, de acordo com Alves (2007, citado por Duarte, 2010, p. 3) “a socialização consiste num processo contínuo de interiorização dos elementos socioculturais do meio, através dos quais o indivíduo regula o seu comportamento. É através deste processo que ocorre a aprendizagem de normas, valores, comportamentos e competências sociais adequadas”. No entanto, a família sendo um fio condutor de todo o processo, a criança não recebe estas normas, valores, comportamentos e competências única e exclusivamente da família, pois, é alvo de outros elementos como a escola, a sociedade, os media e tudo o que a envolve, bem como tudo o que transmitem, mas que de alguma forma atuam na criança, no seu desenvolvimento.

A criança desde pequena é alvo de determinados valores, por vezes estes são-lhe impostos. É importante perceber, como uma pessoa pode ajudar as crianças a desenvolver os seus valores. De acordo com Valente (2002, p. 63) “se queremos que as crianças (...) desenvolvam valores, devem-nos desenvolver a partir de escolhas pessoais”. Parece ser um trabalho mais difícil, em vez de impor, dar a conhecer. É importante levar a descobrir. A criança ser orientada de forma a ser ela própria a perceber e a identificar os valores. Este processo deve ser claro e definido desde muito

cedo, para que, logo de muito pequena a criança se envolva neste desafio de ela própria se deixar orientar de forma a conseguir clarificar os valores.

De fato, é em primeira mão responsabilidade dos pais, posteriormente dos professores “escolher o que ensinam às crianças, pois são capazes de saber o que a sociedade vai exigir dela, bem como de tomar o processo de aprendizagem adequado à idade e à fase de desenvolvimento da criança, de forma a ser passível de ser aprendido e de ser satisfatório para esta” (Baumrind, 1966, citado por Gomes, 2010, p. 2). A criança no seu primeiro ano de vida necessita de ser protegida, alvo de muito afeto e carinho, tudo, comportamentos que têm como base o toque sensível, o cuidado com as expressões faciais e o aconchego físico. Durante o segundo e terceiro anos de vida (entrada possível num estabelecimento de ensino pré-escolar), a criança cresce mais um pouco e a linguagem do afeto e do carinho não devem desaparecer, mas o repreender, o explicar, o procurar que entenda, deve torna-se relevante, pois, os desafios começam a ser maiores à medida que as crianças vão crescendo. A entrada da criança na escola “é uma etapa marcada por uma abertura ao exterior e por um movimento de autonomia e separação que não pode ser ignorado” como realça Alarcão (2006, citado por Gomes, 2010 p. 3) ao chamar a atenção para a tomada de consciência da realidade escolar, onde afeto, carinho, proteção mas também a autonomia bem como o alargamento e exigência das regras e normas a cumprir não devem ser descuidadas.

As relações familiares têm como base: por um lado manter a relação conjugal de forma harmoniosa e colaborativa; por outro lado acolher, manter, vivenciar e valorizar a vida e existência dos filhos. Esta relação de pais e filhos assume um papel essencial dentro das relações familiares. Como tal Cruz (2005, p. 13) define parentalidade como o “conjunto de ações encetadas pelas figuras parentais (pais ou substitutos) junto dos seus filhos no sentido de promover o seu desenvolvimento da forma mais plena possível, utilizando para tal os recursos de que dispõe dentro da família e, fora dela, na comunidade” tendo a certeza que para este objetivo atingir é fundamental ter noção de que a realidade da conjugalidade se junta à realidade da parentalidade e que em consciência deve estar presente que “o tempo conjugal é muito vulnerável e pode ser anulado ou interrompido, temporariamente ou



definitivamente, por decisão de um ou de ambos os cônjuges. Pelo contrário, é-se pai ou mãe para toda a vida e não há vontade pessoal que possa anular essa filiação” (Alarcão, 2000, p. 130). Nesta dimensão é interessante perceber que a preocupação foi desmobilizada da maternidade e paternidade para se virar no sentido daquilo que é inalterável, a parentalidade. A responsabilidade de se ser pai e mãe não tem limites, é exigente e muitas vezes ultrapassa as capacidades individuais.

As questões da parentalidade são discutidas no sentido de perceber se os pais estão preparados ou não para dar resposta ao desafio de acompanhar o crescimento e desenvolvimento dos filhos de forma firme e segura nas suas funções, “num contexto social em que a educação na família se tornou cada vez mais necessitada de reconhecimento social: hoje toda a gente emite opiniões sobre o que é ser «bom» pai, ou dá conselhos sobre a melhor forma de educar os mais novos” (Sampaio, 2010, p. 35). Os pais parecem ter dificuldades em se afirmarem de forma convicta na educação dos seus filhos. As exigências e os diversos modelos familiares são situações atuais de alguma instabilidade, bem como, o ligar-se diretamente ao futuro, deixando as experiências vividas nas suas famílias como referência concreta de uma educação que os acompanhou ao longo das suas vidas. Por vezes, é bastante benéfico a referência, para se perceber o que imitar e o que evitar, portanto, “quando a interiorização da parentalidade original nos remete para representações satisfatórias e definidas pela positiva. Pelo contrário, se a experiência da parentalidade não foi positiva é possível que o novo pai/mãe procure ser o que não teve mas tanto desejou” (Alarcão, 2000, p. 141).

A situação de pai e mãe, que têm pela frente a responsabilidade de acompanhar, orientar e educar de forma equilibrada os seus filhos, reflete uma enorme responsabilidade em termos pessoais e sociais, logo, de acordo com Cruz (2005, p. 207) “o comportamento parental é frequentemente alvo de julgamento público, o que poderá criar ansiedade (medo de não se sentir à altura) nos pais” é e deverá continuar a ser grande preocupação dos pais em conseguir finalizar esta missão de educar, com sucesso dentro e fora da família, as aparências não devem interferir nas dinâmicas, mas quando, o que se consegue é bom, até se sente orgulho que isso passe para os outros.

Acompanhar, educar, fazendo florir um mundo de valores capazes, não é tarefa fácil, ou melhor, é uma tarefa bem difícil, mas “há quem diga que as crianças são todas iguais e que meia dúzia de regras retiradas de um manual de autoajuda de leitura fácil solucionam qualquer problema” (Sampaio, 2010, p. 44), na verdade, não parece ser bem assim. As crianças são todas muito diferentes, umas das outras e exigem forma de estar e de agir bem distinta, pois, uma criança, na essência do seu ser, já é diferente da outra, juntando a ação da família, bem como, de todos os outros agentes socializadores, a diferença ainda se acentua mais ao longo do seu desenvolvimento.

Todas as crianças necessitam de atenção às suas necessidades físicas e psicológicas, de manter uma relação com alguém em quem tenham confiança, que proporcione um ambiente seguro, saudável e adequado ao seu nível de desenvolvimento, no fundo, de oportunidades para interagir com outras crianças e de liberdade para explorar os seus sentidos. Aqui está de certa forma representado a base do conforto e do bem-estar necessário ao desenvolvimento, ao qual, nem pai nem mãe devem ficar de fora.

Pai e mãe, mantendo ou não a sua vida conjugal, devem acima de tudo e qualquer coisa ter presente todas estas necessidades que levam ao bem-estar do desenvolvimento e envolvimento das crianças.

Neste sentido, os pais necessitam de estabelecer regras, para o funcionamento do ambiente familiar e normas de comportamento dentro da família. É pois, importante estar atentos a estas duas vertentes de socialização da criança em ambiente familiar, percebendo que “o controlo parental deve basear-se numa relação afetiva, nunca no dever ser ou dever fazer” (Sampaio, 2011, p. 45). Os pais devem estar prontos a agir no momento em que é necessário, de forma ponderada, pode ajudar a evitar situações futuras de desagrado, pois Cruz (2005) diz que:

As tarefas educativas exigem muita atenção e competência, o que deve ser aprendido e praticado; muitas vezes, só quando as crianças já são crescidas é que os pais, fazendo uma avaliação da sua ação e dos resultados obtidos, percebem que algumas coisas poderiam ter sido feitas de uma forma diferente” (p. 207).

Assim é bastante relevante o estar atentos em cada momento, ajudar a ir aprendendo e clarificando dúvidas que vão surgindo. Para de forma simples adquirir

comportamentos adequados para com os filhos, visando sempre o seu bem-estar físico e emocional.

A complexidade da educação das crianças manifesta-se em questões como: a forma de estar da criança; o seu bem-estar emocional; a confiança que deve trabalhar no seu desenvolvimento; a toma de atitudes ponderadas, com sentido; as manifestações de carinho e acolhimento. De acordo com Sampaio (2010, p. 36) “uma educação demasiado protetora não conduz à autonomia e faz com que os descendentes fiquem sempre à espera da opinião dos pais, não sendo capazes de se diferenciar”.

A educação deve ser um processo de acompanhamento e evolução de pais e filhos, tendo em conta o respeito pela individualidade e procurando desenvolver as competências sociais e emocionais da criança de forma orientada e equilibrada.

Existem diversos modelos educativos, mas o modelo teórico da psicóloga Diana Baumrind (1966), foi pioneiro. Este modelo centra-se nos tipos de controlo parental, tendo como base aspetos emocionais e comportamentais, segundo Cruz (2005) “a orientação da atividade da criança para objetivos, inibição de comportamentos dependentes, agressivos e infantis, e promoção da interiorização de padrões parentais” (p. 41).

Estes primeiros estudos procuraram avaliar o impacto das práticas parentais em diferentes dimensões da vida das crianças (Baumrind, 1967, 1971; Baumrind & Black, 1967, citado por Weber, 2004) e adolescentes e contribuiu para a formulação da tipologia que valoriza a existência de três estilos parentais diferentes, entendendo estilo parental como “conjunto de atitudes que são comunicadas à criança/jovens e que, todas juntas criam um clima emocional, no qual os pais atuam de determinada forma” (Darling & Steinberg, 1993 citado por Brás, 2008, p. 2): o autoritário, o autoritativo e o permissivo.

O modelo de estilo parental de Baumrind (1966, 1971) foi posteriormente, reformulado por Maccoby e Martin (1983, citado por Cecconello, Antoni & Koller, 2003) acrescentaram duas dimensões ortogonais, exigência e responsividade, cuja combinação resultou em quatro estilos parentais.

A exigência refere-se aos comportamentos que requerem supervisão e disciplina, por outro lado, a responsividade está associado aos comportamentos de apoio, aceitação e consentimento que favorecem a individualidade e autoafirmação dos filhos. Assim os quatro estilos parentais que advém desta reformulação de Maccoby e Martin são: o autoritário, o autoritativo, o indulgente e o negligente.

Para este estudo, apenas iremos considerar os três estilos parentais de Baumrind: autoritário, autoritativo e permissivo.

### **2.1. Estilo parental autoritário**

Os pais que se posicionam neste estilo parental procuram ajustar e avaliar os comportamentos e as atitudes dos filhos de acordo com regras de conduta rígidas, inflexíveis e absolutas, sendo o espaço de liberdade dos seus filhos, praticamente nulo segundo Cruz (2005) "os pais tentam influenciar, controlar e avaliar os comportamentos e as atitudes da criança de acordo com um padrão absoluto, em geral baseado teologicamente ou formulado por uma autoridade secular elevada" (p. 44).

Estes pais têm tendência para abusar do poder que possuem, valorizando o respeito pela autoridade e pela ordem, podendo mesmo utilizar a punição para melhor controlar os comportamentos dos filhos, alegando que devem seguir e obedecer aos padrões e normas da família, não permitindo diálogo nem autonomia nas crianças. Ignoram ou desvalorizam as opiniões e intervenções dos filhos, quando estas são permitidas, levando a que estes, para além de não ficarem preparados para os confrontos do dia-a-dia, devem assumir a vontade do pai como a vontade certa e a única a seguir tentando "inculcar nos filhos valores tradicionais como o trabalho, o respeito pela autoridade e a preservação da ordem e da estrutura tradicional" (Cruz, 2005, p. 44).

Exigem nos filhos respeito, que algumas vezes se traduz em medo e revolta. Sentem a educação dos filhos como uma luta pelo domínio da aprendizagem, em que

só é valorizado o seu ponto de vista, pois, permitir que os filhos façam ou tomem outras atitudes é sinal de fraqueza por parte dos pais e futura rebeldia dos filhos. Normalmente, estes pais são pessoas sós, tendo sempre muito presente a responsabilidade. Tendem a criar filhos receosos e inseguros, que podem fazer qualquer coisa para evitar a punição (podem mentir, falsificar, fugir, esconder,...), sentem-se culpados pelas situações, incapazes de satisfazer alguém a quem nunca poderão agradar. São crianças que acabam por ser adolescentes submissos ou violentos, revelando pouca autonomia e responsabilização.

## **2.2. Estilo parental autoritativo**

Os pais que utilizam este estilo parental têm tendência para exercer um controlo firme, com limites e regras mas de forma orientada e equilibrada, em que pai e mãe, muito embora detentores do poder, sabem partilhá-lo com os filhos, adequando à idade e ao nível de desenvolvimento das crianças. De acordo com Cruz (2005) "os pais tentam orientar as atividades da criança de uma forma racional e estimulam a sua independência e individualidade" (p. 44) envolvem as crianças nas suas decisões, ouvindo as suas opiniões e acabando por tomar decisões coletivas, não optando pelo que querem as crianças, mas procurando em conjunto chegar a um consenso, a uma decisão familiar.

Os pais conseguem desta forma criar um ambiente familiar caloroso, afetivo, de respeito, colaboração e estimulante, respeitando-se a si mesmos e assumindo também uma postura de apoio às necessidades dos filhos.

Em situação de divergência não exageram nas restrições, pois, conseguem afirmar os seus valores claramente esperando que os filhos cumpram a parte que lhes diz respeito. São pais "que encorajam a troca de ideias e explicam as ordens que dão aos filhos e quando a criança se manifesta contrariamente, solicitam-lhe que explique os seus motivos" (Baumrind, 1966, 1968, citado por Esteves, 2010, p. 4), de forma a

poderem voltar a explicar ou então proporcionando um momento em que eles por si consigam chegar ao que se pretende.

Estes pais são vistos como pessoas confiantes, responsáveis, autónomos que se relacionam com facilidade e por sua vez, os filhos também se sentem amigos dos pais, na medida em que são respeitados, acolhidos mas também direcionados para a autonomia, a cooperação e o respeito pelos valores.

Em forma de síntese Sampaio (2011, p. 44) manifesta que “as práticas educativas dos pais são caracterizadas por acentuada capacidade de compreensão face aos filhos, mas não há falta de exigência nem hesitação sobre a importância do cumprimento das regras (...) são capazes de apoiar com continuidade, sem que abduquem de traçar limites e definir o que acham bem ou mal”. Este estilo é sem dúvida uma prática que parece beneficiar pais e filhos desde os primeiros anos vida, quando conseguem um acompanhamento contínuo ao longo da evolução dos filhos, de forma a trabalhar as diferentes dimensões do seu desenvolvimento.

### **2.3. Estilo parental permissivo**

Os pais do tipo permissivo evitam exercer controlo, fazem poucas exigências e não encorajam a obediência, ao fazerem “poucas exigências de maturidade aos filhos. Apresentam-se mais como recursos que os filhos podem utilizar quando o desejarem do que como agentes ativos e responsáveis pela influência no comportamento atual ou futuro dos filhos” (Gomes, 2010, p. 6). Para os filhos é ter os pais disponíveis sempre que deles necessitarem, mas se não necessitarem também é praticamente indiferente para os pais, a sua postura continua igual.

Estes pais permissivos dão liberdade a mais, ou melhor, dão a liberdade que os filhos quiserem, pois não faz parte do seu carisma, qualquer tipo de equilíbrio, nem imposição de limites ou regras segundo Cruz (2005) “tentam comportar-se de uma forma não punitiva e aceitantes face aos impulsos, desejos e ações da criança” (p. 45).

Quando os pais permissivos pretendem o cumprimento de um objetivo tentam obter a cooperação dos filhos através do uso de explicações ou de manipulação, mas não do uso claro de poder que estes por natureza detêm, não necessita de ser aplicado por imposição.

Normalmente estes pais não são vistos como um modelo pelos filhos, apenas um sinal de autonomia ao permitindo-lhe que tomem as suas próprias decisões. Quando existem regras, estas mudam com bastante regularidade, levando a um ambiente de instabilidade e imprevisibilidade. O que era ontem, hoje já não faz sentido, não se registando continuidade em termos de exigências e compromentimentos.

Os pais acreditam que as crianças devem por si atingir os seus objetivos, sem frustrações nem impedimentos da sua parte. Ser pai permissivo é educar sobre a base do afeto e carinho, dando liberdade aos filhos de orientarem e moldar as suas decisões emocionais e comportamentais.

Maccoby e Martin (1983, citado por Cecconello, Antoni & Koller, 2003) remodelaram os estilos parentais acima referidos, dividindo o estilo parental permissivo em dois: o indulgente, onde incluíram os pais afetuosos e bastante carinhosos, não estabelecendo regras e limites e sendo excessivamente tolerantes face aos desejos dos filhos; os pais considerados negligentes, não manifestam nem afetividade nem exigência, demonstram pouco envolvimento com as tarefas das crianças, não controlando os seus comportamentos, tendem a manter os seus filhos à distância, respondendo apenas às suas necessidades básicas.

### **3. O Consumo**

#### **3.1. Sociedade de consumo**

Falar de sociedade de consumo parece que é ir ao encontro de uma realidade que está introduzida numa dinâmica de conhecimento alargado à extensa informação com que se vive diariamente. A sociedade de consumo pode ser definida de forma geral como sendo uma “sociedade em que se estimula um consumo exacerbado de bens não essenciais, principalmente através de técnicas de publicidade” (Sociedade In Infopédia, 2003-2013). O consumir, adquirir bens, faz parte da rotina do dia-a-dia da população em geral, pois, “a verdade é que quem contacta com jovens já se tinha apercebido como a voracidade de um quotidiano virado para o consumo e para o divertimento sem regras tem empurrado os adolescentes para um mundo em que o prazer e o espetáculo estão acima de tudo” (Sampaio, 2010, p. 133). A sociedade de hoje tem características muito próprias, algumas direccionadas para o individualismo e para a imagem: o que se é para os outros, o se quer que os outros vejam e o que se quer ser efetivamente.

A sociedade do consumo tem vindo ao longo do tempo a sofrer algumas transformações, segundo Barbosa (2008, p. 19), o que mudou na sociedade do consumo foi “a passagem de consumo familiar para o consumo individual e a transformação do consumo da pátina para o consumo de moda”, esclarecendo que ao falar-se de consumo familiar, referia-se ao trabalho conjunto tendo em vista também o propósito de todos, o que era ganho com o trabalho era partilhado por todos, não havia individualização do consumo, mas com a passagem para o consumo individual, a compra já era para satisfação pessoal. Por outro lado, o consumo de pátina era considerado um consumo de registo, no sentido, o que era adquirido passava de geração para a geração seguinte, tendo um valor significativo. A passagem deste consumo de pátina para o consumo de moda, significa que o valor sentimental que era atribuído às coisas passou a ser considerado apenas simbólico. O que se tornou mais presente é a ideia do comprar coisas novas, para ter mais, principalmente, se estiver “na moda”, moda que rapidamente passa. É manifesto um interesse pela novidade,



transparecendo a ideia de que de acordo com Gronow (1997, p. 2) citado por Santos (2001, p. 367) “a cultura tradicional do caráter, que sublinha as qualidades morais, foi substituída por uma cultura da personalidade que enfatiza o ser apreciado e admirado”.

A imagem de adquirirem para ter faz passar uma ideia de “sociedade materialista, que as pessoas ao invés de se voltarem para a religião, para o trabalho, e focar-se em ajudar os outros, as pessoas só pensam em si” (Cardoso, 2008, p. 29), comprar por comprar, comprar cuidando da imagem pessoal, comprar para encantar a sociedade, comprar para ser aceito em determinado grupo, comprar para atingir certo cargo profissional, comprar para, deixou de estar presente, se efetivamente é necessário adquirir ou não determinado produto, a ideia é perceber se, se compra o que é necessário ou também o que é supérfluo.

### **3.1.1. Comportamento dos consumidores**

Os consumidores parecem ser pessoas como todas as outras porque em geral, todas as pessoas precisam de se alimentar, vestir, divertir, estar em contacto com o mundo que os rodeia.

O comportamento dos consumidores teve início logo após a segunda guerra mundial, ou seja, a partir deste momento, a ideia era vender qualquer produto aos consumidores, independentemente do que fosse. O objetivo da maior parte das empresas era trabalhar intensamente a questão da venda, e o que se fazia era praticamente “empurrar” os artigos para que a população os comprasse, segundo Beulke (2005, p. 1) “as empresas começaram a modificar sua estratégia, ou para muitas criar uma estratégia voltada para a venda, deixando de lado o conceito de produto”, assim foi implementada a ideia de que a qualidade dos produtos não importava nem tão pouco, se o consumidor estava interessado naquele produto em concreto ou não. O consumidor era levado, influenciado a comprar.

Mais tarde, em algumas empresas americanas, pensou-se que as vendas poderiam ser muito maiores se o produto agradasse ao consumidor. Produzir em função dos gostos e necessidades do consumidor, “logo a maioria das empresas começou a trabalhar em função daquilo que o público-alvo desejava ou necessitava e isso tornou-se um conceito de marketing” (Schiffman & Kanuk, 2000, citado por Beulke, 2005, p. 1), a verdade é que se tornou uma realidade assente em algo mais concreto, na medida em que os produtos passaram a ser produzidos de acordo com o gosto e necessidades do consumidor e com a certeza que o produto iria ser comprado, não se produzia na incerteza da compra.

No seguimento destas medidas é relevante referir que de acordo com Limeira (2008, p. 8) “o conceito de comportamento do consumidor seria —um conjunto de reações ou respostas dos indivíduos a determinados estímulos, os quais decorrem de fatores pessoais, ambientais, situacionais e de marketing” e que o estudo deste comportamento do consumidor, seria uma peça fundamental para se conseguir atingir os objetivos, pois, pretendia-se “rastrear os hábitos de compra e consumo e repassá-los às áreas de interesse” (Beulke, 2005, p. 2). Podendo transparecer desta forma, uma informação de grande importância que iria estar na base da produção dos artigos bem como, na divulgação, na publicidade dos mesmos.

Desenvolvendo este campo é importante perceber a dimensão da realidade, pois, para além do que se produz de forma orientada é a evidência do empenho e trabalho que as agências de publicidade daqui para a frente têm de desenvolver, com o objetivo de chegar ao consumidor, influenciar o consumidor, seja ele adulto ou criança.

Segundo vários autores (Sheth, Mittal & Newman, 2001; Schiffman & Kanuk, 2000; Solomon 2002, citados por Beulke, 2005), existem diversos aspetos que influenciam o comportamento do consumidor:

- Cada sociedade tem uma cultura própria, tem traços próprios que se vão alterando ao longo do tempo. Só conhecendo bem as suas particularidades se pode perceber os artigos que melhor se vão vender e a forma adequada de os publicitar;

- A classe social influencia os hábitos de consumo que variam de acordo com as diferentes preferências das diferentes classes e é necessário também a utilização de uma linguagem adequada a todas as classes sociais, não melindrando nenhum consumidor;
- A idade, pois de acordo com a idade, os consumidores vão alterando os seus gostos e preferências, tendo presente que pessoas têm uma determinada idade mas identificam-se com outra e é com base nessa outra que fazem as suas compras. Por outro lado, desde que se nasce até chegar a idoso, este ciclo de vida sofre grandes transformações, podendo-se dizer que as pessoas são diferentes consumidores ao longo deste ciclo;
- A personalidade molda-se de acordo com o ambiente em que está inserido, a personalidade de uma pessoa é única, mas pode-se agrupar em padrões e assim perceber qual a opção por um determinado artigo;
- Os grupos de referência, todas as pessoas estão inseridas num grupo e esse grupo tem particular importância nas suas decisões, levando algumas vezes a comprar não o que é melhor para a pessoa mas o que é mais adequado ao grupo.

O consumo na sociedade segundo Costa (2009, p. 34) “deixou de ser uma prática banal do dia-a-dia, com raízes antigas, que atravessou os séculos, para se transformar no eixo das sociedades do presente, fonte de inspiração para a modelagem de uma enorme variedade de formas de vida e de padrões de relações entre as pessoas”, é uma concretização da dinâmica da sociedade atual. A população em geral sempre consumiu. Comprar sempre foi considerado um ato necessário para a sobrevivência do ser humano. Nos dias de hoje é mais notório, compra-se tudo, para se poder ter de tudo e para se sentir integrado, fazendo parte de uma sociedade abrangente e consumista.

### **3.1.2. Consumo e os Media: o caso da televisão**

Os meios de comunicação social foram sendo introduzidos no seio familiar ao longo do tempo. Primeiro vieram os telefones, um pouco depois surgiu a rádio, com

alguns programas direcionados às crianças, o cinema demonstrou algum impacto nos hábitos das pessoas e posterior à segunda Guerra Mundial, aparece a televisão. Mas hoje a televisão é uma realidade tão integrada e embebida no cotidiano das pessoas, que parece ter sempre existido. Há cinquenta anos era um aparelho raro, tendo apenas um canal e a preto e branco. Hoje de acordo com Pinto (2002):

O panorama mudou radicalmente, os televisores tornaram-se mais acessíveis e mais atraentes os conteúdos por eles difundidos, com o surgimento da televisão a cores, a multiplicação do número de canais e a diversificação das modalidades de acesso (parabólica, cabo, etc.). Ao aparelho que praticamente cada lar passou a ter, veio somar-se (...) um segundo, um terceiro e até um quarto aparelho (...) por motivos diversos que podem ir da facilidade à competição com amigos e conhecidos" (p. 38).

A televisão ocupa um lugar central, o que era raro e misterioso, hoje é familiar e de acordo com Pinto (2002) "é um assunto de família. Desde logo porque é lá que ocorre o grosso do consumo, quer de adultos quer de crianças" (p. 38).

Tem-se verificado um aumento considerável no número de canais, o que também é alvo de comentários e segundo Pinto (2002, p. 30) "muitos analistas têm sublinhado que o aumento da oferta televisiva quer em termos de números de canais disponíveis, quer em termos de horas de emissão, está longe de significar um aumento da diversidade e das possibilidades de escolha", ora se a qualidade não for uma opção dos consumidores, economicamente avança-se pelo caminho de maior consumo, pois "o objetivo primeiro é produzir audiência o mais extensa possível, para a «embrulhar» e vender aos anunciantes. É um negócio que olha os telespectadores como alvo, como reais ou potenciais clientes, cuja fidelização é necessário salvaguardar" (Pinto, 2002, p. 31), desta forma clara e simples, percebe-se que o único objetivo é chegar aos consumidores, prendendo-os de forma fiel.

A televisão assim pode ser interpretada como "padrões de consumo moldados pelo conjunto de propagandas das empresas" (Kincheloe, 2001, p. 15, citado por Costa, 2009, p. 132), apresentando uma maior vantagem em relação aos outros meios de comunicação, pois a sua capacidade em transmitir comunicações visuais que facilmente despertam os sentidos, é superior. As imagens que são transmitidas através da publicidade têm como fim criar uma envolvimento da população alvo. A televisão é meio de publicitar tudo, de atualizar os consumidores relativamente aos produtos lançados no mercado e por conseguinte um meio de venda.

Para melhor entender, existem autores que “estudam hoje o poder que a mídia possui, se realmente a televisão influência tanto, para chegar ao ponto de fazer com que as pessoas comprem” (Cardoso, 2008, p. 33), mas na verdade, através da televisão é mostrado o que é bom, o que seria ideal, o que faz bem, a forma que ficaria mais valorizada, tudo é apresentado pelo lado positivo, valorizando sempre, tendo presente que poderá satisfazer alguma necessidade.

Dentro de toda esta imagem, entra provavelmente a dificuldade em resistir ao que é oferecido. A publicidade vai-se desenvolvendo de acordo com a evolução da própria sociedade, pois de acordo com Pereira e Veríssimo (2004, p. 77) citado por Duarte (2010):

O ato de consumo é um espelho do que somos ou do que pretendemos ser como seres sociais. O consumo dos objetos é, assim, um meta-consumo das nossas aspirações sociais (...) É essa utilização social que transforma os objetos em símbolos (...) As personagens são, portanto, elementos fundamentais da mensagem para suportar a transformação do produto em símbolos (...) transportando valores com os quais o consumidor se identifica ou aspira atingir (p. 66).

Para o público infantil a publicidade, ainda acresce a utilização dos seus heróis de séries televisivas ou referências de topo da comunicação (desporto, musica, entre outros). Se a publicidade já desperta para a aquisição, usando as imagens infantis de referência das crianças para passar essa publicidade, ainda se torna mais difícil a recusa do produto. A televisão é para as crianças uma “contadora de histórias”.

O que fica é a vontade de comprar aquele artigo, tendo em mente a imagem passada, bem como as cores utilizadas e em algumas situações a musica envolvida.

### **3.1.3. Família ponto de partida e chegada ao consumo**

A família tem sofrido grandes transformações ao longo dos tempos, mas continua a ser a família, o ponto de referência para a maior parte das crianças. É no seio familiar que nascem, que aprendem a andar, a falar, a receber carinho e amor, a manifestar as suas vontades, a impor os seus desejos, a contribuir com as suas opiniões para decisões importantes.

Estas e outras exigências fazem perceber o que é ou pode ser o acompanhamento do desenvolvimento de uma criança. Ser pai ou mãe é incansável, é dar tudo, todos os dias, a toda a hora. É não ter tempo para cada um, mas encontrar sempre tempo para os filhos, embora o tempo das famílias de hoje seja quase inexistente, para Pinto (2002) é:

Um bem escasso: seja porque o trabalho absorve em excesso para lá do razoável, seja porque a vida de casa exige dedicação, é por vezes mais fácil sentar os filhos pequenos diante da tv do que estar com eles. O sentimento de impotência ou de culpabilidade leva muitos pais a compensar em brinquedos ou em dinheiro a falta de tempo (p. 15).

A vida profissional, não é fácil. Exige ausência de casa e da família e o regresso num final de dia, pode dizer muita coisa. Pode apontar para rotinas de higiene, alimentação ou descanso. Talvez a mais fácil, menos trabalhosa e exigente seja deitar os filhos a descansar para mais rapidamente se “verem livres deles”; ou para as lides domésticas, que num final de dia mesmo que não apeteça, têm de ser feitas, levam o seu tempo, e tempo para outras coisas não há; ou ainda para uma dedicação aos filhos, mesmo que breve mas real, estar com os filhos, partilhar os momentos do dia, projetar o dia seguinte e depois sim levá-los a descansar.

Quando as famílias chegam a casa, os pais muitas vezes não têm tempo para os filhos. Um primeiro encontro ao final do dia traduz-se num sentarem-se diante da televisão. É na televisão que as crianças vão depositar a sua atenção (quando estava para ser direcionada para os pais, mas estes sentaram-nos frente à televisão), os seus desejos de partilha e encontro. O que fica é a mensagem que a televisão passou, sendo ela de programas infantis ou de publicidade é aí que vão beber a sua sede de estar em família, identificando-se com quem os recebe. Dia após dia, este encontro passa a ser o aconchego do chegar a casa e segundo Sodré, citado por Cardoso (2008, p. 51), “temos que observar os efeitos da televisão, essa relação da criança com os média, pois muitos pais pensam que as crianças ao estarem em frente à tevê não irão ser influenciadas (...) é o alvo principal é a criança, porque ela é como uma “esponja” absorve tudo rapidamente”.

Este pode ser um ponto de partida para o consumo, a família sem se aperceber, está a incentivar, a introduzir neste mundo tão vasto do consumismo segundo Costa (2009, p. 35) “as crianças de hoje nascem dentro da cultura consumista e crescem

modelando-se segundo seus padrões e suas normas. Talvez apenas um pouco menos confortáveis nessa moldagem, os adultos também se instalam e se conformam em seu interior”, instalar-se familiarmente pode ser o ponto de chegada do consumo. As crianças, naturalmente e, por vários aspetos já referidos, ligam-se à televisão, fazendo desta, família que pode satisfazer os seus desejos, concretizando-os posteriormente através da real família. Isto quererá dizer que a família televisão faz crescer e acompanha o desenvolvimento da criança? Pois é, a televisão invade, esclarece e prepara a mente da criança, fazendo com que esta sinta vontade de estar à altura do adulto, podendo levá-lo a comprar o que quer, a escolher os seus produtos, no fundo a influenciar as compras dos pais.

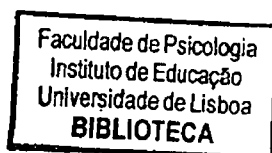
#### **3.1.4. Crianças Consumidoras**

A família sendo uma referência natural da criança desde o seu nascimento, de acordo com Duarte (2010, p. 19) “os pais educam os filhos para as experiências de consumo desde tenra idade, permitindo-lhes o pagamento das compras, oferecendo-lhes o carrinho das compras em miniatura, dando a possibilidade de escolherem alguns dos produtos das prateleiras”, nas rotinas do dia-a-dia, esta imagem é clara e intrínseca à realidade da maior parte das famílias.

Portanto, a criança não nasce consumidora. Como é experiência do senso comum, tudo o que rodeia a criança desde o seu nascimento começa a ser-lhe familiar e desde o berço a criança acompanha os pais nas compras, “este conhecimento é conduzido especialmente pelos pais e também pelos responsáveis de marketing, que recorrem a técnicas cada vez mais complexas e elaboradas, de modo a captar a atenção dos mais jovens” (Duarte, 2010, p. 13). As crianças começam logo muito cedo a “desfilar” em carrinhos de compras pelos centros comerciais (estando atentos a tudo à sua volta), pois é necessário comprar alimentos, brinquedos, vestuário, entre outros. Uns essenciais para o sustento e satisfação das necessidades familiares, outros não.

Inicialmente, segundo McNeal (1992) citado por Duarte (2010) o desenvolvimento da criança orienta-se de acordo com três fases diferentes. A primeira fase, dos zero aos dois anos, é a etapa em que as crianças acompanham e observam os pais quando vão às compras. Estão com os pais observando tudo o que as rodeia, reconhecendo os produtos, as marcas e as embalagens das suas necessidades diretas (alimentação e puericultura. Aos dois anos relacionando-nos com os anúncios de televisão. É uma fase, onde começam a solicitar aos pais alguns produtos, a influência dos media e das mensagens publicitárias transmitidas pela televisão têm efeito nos pedidos das crianças. A terceira fase, dos três aos quatro anos, baseia-se na livre circulação pelos espaços comerciais, conseguindo fazer a ponte entre a publicidade com as lojas/corredores e os produtos que lá podem encontrar e que serão necessários para a satisfação das suas vontades alimentares, sociais ou lúdicas. A quarta fase, pelos cinco anos, é quando a criança embora supervisionada pelos adultos, inicia as suas primeiras compras autonomamente, começando desta forma também o contato com o dinheiro. A quinta e última fase, dos cinco aos sete anos, a criança inicia-se, em pequenas lojas perto de casa a fazer pequenas aquisições, tendo a autonomia de entrar, escolher, pagar e levar para casa, podendo consumir de imediato ou não. Este percurso de desenvolvimento apresentado pelo autor clarifica a ideia geral do desenvolvimento e envolvimento nos primeiros anos de vida das crianças no que é a sua relação com o consumo e a forma com que naturalmente se transforma numa criança consumidora.

Sendo a criança considerada consumidora, esta é apoiada nas imagens veiculadas pelos media, pois os anúncios e a propaganda de produtos integram o quotidiano. A criança enquanto consumidora é praticamente vista no mesmo status do adulto. Esta é de fato uma preocupação, onde pais, educadores e professores devem ter uma voz ativa, no sentido de ajudar a clarificar e adaptar esta dimensão do consumismo ao seu desenvolvimento equilibrado, educando e sensibilizando-as para a realidade.





### 3.1.5. Educação para o consumo em idade pré-escolar

Na Idade Média, as crianças não frequentavam as escolas, aprendiam em família. Tudo o que lhes era ensinado, os valores e os conhecimentos, era o resultado do seu contacto com os adultos com quem interagiam. Aprendiam, fazendo as coisas com os adultos.

Só a partir do final do século XVIII, com o aparecimento de algumas escolas religiosas as crianças começaram a ser educadas fora do contexto da família (em casa), em muitos casos apenas com um objetivo assistencial, por necessidade da própria família. Aprendia-se a ler como se aprendia a rezar.

Em Portugal com Marquês de Pombal, surge a primeira legislação, no sentido de retirar à igreja (Jesuítas) a exclusividade do ensino.

No século XIX as exigências educacionais começaram a ser maiores e as famílias deixaram de conseguir dar resposta. Consequentemente, a escola passou a ser frequentada pelas crianças de todas as classes sociais.

Segundo Lima (1998, p. 41) “a escola surge como uma extensão da família, tendo como uma das suas funções, alargar e complementar o seu papel educativo”, verificando-se um enriquecimento da educação. Em Portugal só em 1960, foi criada a escolaridade obrigatória de quatro anos, em 1964 a obrigatória de seis anos e em 1986 a de nove anos.

Para as crianças em idade pré-escolar, entre as décadas de 30 e 60, a preocupação foi de dar resposta, mas ainda num registo muito próximo do apoio às famílias, como referem Bairrão e Vasconcelos (1997, p. 10) onde “a maioria dos centros existentes para crianças com menos de seis anos de idade não tinha objetivos educacionais, ao mesmo tempo que o pessoal não tinha qualificações específicas, era manifestada uma preocupação essencialmente com os cuidados e as necessidades mais básicas das crianças”.

Em 1977, foi definida a criação do Sistema Público de educação pré-escolar, com a Lei nº 5/77, e em dezembro de 1978 foram criados os primeiros jardim-de-

infância do Ministério da Educação, logo de seguida em 1979 publicou-se o Estatuto dos jardim-de-infância com o Decreto-Lei nº 542/79 de 31 de dezembro.

O que veio consagrar a educação pré-escolar segundo Diário da República (1997):

Como a primeira etapa de educação básica no processo de educação ao longo da vida, sendo complementar da ação educativa da família, com a qual deve estabelecer estreita cooperação, favorecendo a formação e o desenvolvimento equilibrado da criança, tendo em vista a sua plena inserção na sociedade como ser autónomo, livre e solidário (pág. 671).

Foi a publicação da Lei-Quadro da educação pré-escolar, Lei nº 5/97 de 10 de fevereiro.

O Decreto-Lei nº 147/97 de 11 de junho, veio regulamentar a Lei-Quadro da educação pré-escolar de acordo com o Regime Jurídico do Desenvolvimento da Educação Pré-Escolar (1997, p. 1-6). O objetivo deste decreto-lei é o desenvolvimento de uma educação pré-escolar de qualidade, dando resposta às necessidades educativas e à concretização do princípio da igualdade de oportunidades, devendo concretizar-se através da criação de uma Rede Nacional de educação pré-escolar. Rede esta, que se divide em: rede pública, constituída a partir da iniciativa da administração central e local; e rede privada, desenvolvida a partir das instituições particulares que desenvolvam atividades no domínio da educação e do ensino.

No seguimento da Lei-Quadro da educação pré-escolar, surge o Despacho nº 5220/97 de 4 de agosto com as Orientações Curriculares para a educação pré-escolar, pois era considerada responsabilidade do Estado definir as linhas de orientação curricular.

Dando seguimento a esta linha orientadora passou a ser preocupação do Estado, Ministério da Educação, definir as competências para a educação pré-escolar, enriquecendo e complementando as Orientações Curriculares, visando as competências que o aluno deve adquirir na educação pré-escolar para um melhor ingresso na escolaridade obrigatória.

A criança desde que nasce, o seu desenvolvimento é constante em termos físicos, cognitivo, afetivo e social, segundo Fonseca (1989) "em termos antropológicos

e filogenéticos, a criança é o pai do adulto, daí a importância da sua educação e formação” no decorrer do seu crescimento.

Entre os 3 e os 5 anos, a criança corre, salta, anda de bicicleta, aprende a nadar, usa os utensílios de cozinha (colher, faca e garfo), reconhece e identifica as partes do corpo, manifesta interesse na imitação do adulto (no uso do vestuário, na alimentação, nos divertimentos/lazer, nos comportamentos, nas atitudes, na forma de agir, entre outros), brinca ao faz-de-conta (o seu imaginário é muito fértil), o pensamento é ainda muito virado para si próprio, a manifestação através do desenho, começa a conviver com muitas mais pessoas (pode dar-se também a entrada na escola) logo também está a ser exposta a muitas mais influências, é o arrancar de uma grande vontade pela sua autonomia.

As crianças nos nossos dias crescem num ambiente onde os meios de comunicação social estão próximos, bastante acessíveis, e por outro lado onde também têm maior liberdade para deles consumirem. É um ambiente onde a publicidade está permanentemente presente, ocupando um lugar importante nas suas rotinas, nas suas conversas, nas suas brincadeiras, podendo levar posteriormente de uma forma mais clara a “entender por que crianças e jovens de hoje (ou, pelo menos, boa parte delas) ambicionam ser “famosos”, que significa ser notado, comentado, desejado” (Costa, 2009, p. 37). O fenómeno da publicidade, quando mal direcionado ou sem implementação de limites pode ter consequências desagradáveis no desenvolvimento da criança, segundo Furnham e Gunter (2001, p. 281) citado por Duarte (2010, p. 19) “em muitas situações, como o caso da publicidade no segmento alimentar, as marcas são demasiado agressivas na sua comunicação, ultrapassando princípios éticos e parâmetros legais, aproveitando-se da ingenuidade e da falta de experiência das crianças”.

Assim, pode-se considerar as crianças como um alvo fácil ao consumismo, mas é importante ter presente, que estas mesmas crianças também poderão ser um alvo fácil à educação para o consumo. Cabe aos pais, educadores e futuros professores essa educação para o consumo, na medida em que de acordo com Duarte (2010):

Não basta legislar, é necessário educar as crianças, ajudando-as a compreender o porquê da publicidade, assim como quais as suas vantagens e desvantagens. A

publicidade e o marketing são fundamentais ao desenvolvimento económico, como tal é necessário que as crianças sejam capazes de compreender as mensagens publicitárias, de forma crítica e atenta (p. 21).

Partilhando desta ideia o Comité Presidencial para os interesses dos Consumidores em (1970) citado por Duarte (2010, p. 19) lançou um documento onde referia que “devem realizar-se todos os esforços para ajudar os jovens cidadãos a tornarem-se consumidores atentos, recetivos e responsáveis”, o mecanismo educacional da criança deve ser orientado também neste sentido, para de alguma forma as proteger de situações alarmantes e descontroladas no seio familiar ao nível da vontade e influência no consumo da rotina do dia-a-dia.

A educação pré-escolar, de acordo com o Diário da República (1997, p. 671) “destina-se às crianças com idades compreendidas entre os três anos e a idade de ingresso no ensino básico e é ministrada em estabelecimentos de Educação Pré-Escolar”, e por “estabelecimento de Educação Pré-Escolar, entende-se a instituição que presta serviços vocacionados para o desenvolvimento da criança, proporcionando-lhe atividades educativas, e atividades de apoio à família”, estas definições clarificam, a que crianças é destinada a educação pré-escolar e por outro lado, o que visam os estabelecimentos de educação pré-escolar. Pretendendo proporcionar a educação pré-escolar atividades educativas e atividades de apoio à família. Foi importante definir uma forma de pensar e organizar o agir e desempenho dos educadores face às experiências que se pretende que as crianças vivenciem. A base é de fato, as áreas de desenvolvimento (sócio-afetiva, motora e cognitiva) que no seu conjunto contribuem para o desenvolvimento global da criança. Para que seja possível este desenvolvimento global é necessário juntar o desenvolvimento com a aprendizagem da criança, considerando diferentes áreas de conteúdo segundo o Ministério da Educação (1997):

Áreas de conteúdo supõem a realização de atividades, dado que a criança aprende a partir da exploração do mundo que a rodeia. Se a criança aprende a partir de ação, as áreas de conteúdo são mais do que áreas de atividades pois implicam que a ação seja ocasião de descobrir relações consigo própria, com os outros e com os objetos, o que significa pensar e compreender (p. 48).

De acordo com esta dimensão de aprendizagem, a educação para o consumo insere-se na área de Formação Pessoal e Social, sendo esta considerada como a que

“decorre ainda da perspectiva que o ser humano se constrói em interação social, sendo influenciado e influenciando o meio que o rodeia” (Ministério da Educação, 1997, p. 51). A criança assume noção do que está certo e errado, através das suas relações e aprendizagens que daí advém.

É numa interação constante com o meio, no seio familiar e social, na educação pré-escolar, que são adquiridas perspectivas de valorização pessoal e social, construindo para um ser mais capaz de corresponder às exigências da sociedade, na dimensão da relação com os outros, sendo a criança capaz de saber estar com os outros, valorizando e ouvindo o que lhe é transmitido e ao mesmo tempo sendo valorizada pelo que transmite. Segundo Mantilla (2002):

É desafio para todas as famílias atingir uma série de objetivos na educação das crianças que lhes permitam obter a autonomia e a destreza necessárias para se relacionarem corretamente com a própria família, o meio escolar, o círculo de amigos e, como não podia deixar de ser, consigo mesmas, de modo a conseguir alcançar um equilíbrio emocional saudável (p. 63).

A educação para a cidadania “baseada na aquisição de um espírito crítico e da interiorização de valores, pressupõe conhecimentos e atitudes que poderão iniciar-se na educação pré-escolar através da abordagem de temas transversais: educação multicultural (...) sexual (...) saúde (...) prevenção de acidentes, educação do consumidor” (Ministério da Educação, 1997, p. 55), esta área é abrangente e pressupõe uma intencionalidade própria, na medida em que se insere em todas as outras, é uma área essencialmente de descoberta e aprendizagem interior, de base e preparação para todas as outras. Devem ser transmitidos, levar a descobrir, interiorizar conceitos essenciais para que as crianças se preparem de forma equilibrada para as vivências do mundo exterior e futuramente serem melhores pessoas, capazes de respeitar e serem respeitadas pelos outros. Sampaio (2010, p. 107) refere que “o desafio para os educadores de hoje consiste na transmissão do justo equilíbrio entre a experiência do passado e a verificação da novidade do presente, porque o tempo atual também é dos mais velhos”, é importante estar atentos e não permitir que o tempo passe sem que se dê por ele, pois, é sinal de distração e em simultâneo sinal de perdas constantes, de aprendizagens enriquecedoras que podem mudar o rumo da vida.

Aos pais e educadores cabe a educação, onde também deve contemplar a educação para o consumo, em articulação com a educação para a cidadania, pois devem: criar interesse pelo saber, enquanto conhecimento que se adquire; despertar a consciência crítica, aprender a discernir o que é certo e errado valorizando as coisas e situações; orientar para uma postura correta e consciente; transmitir valores de solidariedade e interajuda para com os outros, ensinar a selecionar a publicidade; tomar decisões de consumo equilibrado, no fundo, preparar para uma postura crítica e responsável perante o consumo.

Pais e educadores precisam ser firmes nesta missão de formar, preparar para o equilíbrio, segundo Sampaio (2010, p. 133) “os pais sentem-se perdidos, porque receiam ser firmes, na ânsia de tudo fazerem para que os filhos «sejam felizes», adiam dizer não, mesmo quando não concordam: preferem permitir, também porque às vezes é mais fácil”, na educação o caminho, a maior parte das vezes não é pelo mais fácil, é pelo que se considera correto, adequado. Não se educa olhando só para o passado ou para o futuro, é fundamental no presente conciliar o passado com a realidade do presente e perspetivando o futuro. Os receios existem, sendo sinal de preocupação e não de alienação, e é bom estarem presentes, pois ajudam a redirecionar o caminho sempre que necessário.

## **Capítulo II**

### **Metodologia**

## 4. Metodologia

Numa primeira fase do trabalho destinada à fundamentação teórica foi feito o enquadramento do tema de estudo. No sentido de responder à questão investigação *De que forma os diferentes estilos parentais se refletem nos hábitos de consumo das crianças em idade pré-escolar?*

No capítulo que agora se inicia será falado na metodologia a adotar, não esquecendo os objetivos, a caracterização dos participantes, bem como os instrumentos e os procedimentos utilizados.

Desta forma, esta segunda parte do trabalho está dividida em dois momentos: o primeiro destinado à abordagem metodológica e o segundo refere-se à apresentação e discussão dos resultados.

Considerando que a metodologia são as etapas, os caminhos a seguir numa investigação “é conduzida para resolver problemas e para alargar conhecimento, sendo, portanto, um processo que tem por objetivo enriquecer o conhecimento já existente” (Bell, 1997, citado por Miranda, 2009, p. 33) é relevante definir que metodologia utilizar de forma a melhor responder ao que se está a estudar.

### 4.1. Opções metodológicas

Almeida e Freire (2007) referem que “a expressão – investigação científica – é, de alguma forma, tautológica. Com efeito, a investigação ou é científica ou não é investigação. Os dois termos estão indubitavelmente associados” (p. 21). Assim as investigações podem ser objeto de várias classificações. O presente trabalho é uma investigação que procura descrever e não explicar um fenómeno social, no nosso caso, o consumo em famílias com filhos no pré-escolar.

Procura-se recolher dados que descrevam comportamentos, atitudes e valores que forneçam pistas para estudos futuros e por isso a nossa investigação é um estudo



exploratório com base em entrevistas a doze casais – pai e mãe – com filhos em idade pré-escolar. Não tivemos grandes preocupações de constituir uma amostra representativa das famílias mas sim analisar uma problemática complexa e, por isso, merecedora de novos estudos.

A escolha da técnica a utilizar, ou seja, a que melhor se adequava era a entrevista, que de acordo com Quivy e Campenhoudt (1998) “é primeiro um método de recolha de informações, no sentido mais rico da expressão, o espírito teórico do investigador deve, no entanto, permanecer continuamente atento, de modo que as suas intervenções tragam elementos de análise tão fecundos quanto possível” (p. 192).

A entrevista revela uma forma de estudo da sociedade centrada na maneira como as pessoas interpretam e dão sentido não só às suas experiências, mas também ao mundo em que vivem. Permitindo desta forma uma análise relativa a sentimentos e emoções e a forma como estes são vividos pelas pessoas, “mas também necessária quando se trata de recolher dados válidos sobre as crenças, as opiniões e as ideias dos sujeitos observados” (Hébert, Goyette & Boutin 1990, p. 160).

As entrevistas variam quanto à sua estruturação e de acordo com Tuckman (1994) podem ser:

- Entrevista estruturada – aquela que é pormenorizadamente organizada, desde a formulação das questões, sequencialidade e linguagem utilizada. Este tipo de entrevista, apesar de apresentar rigor a nível técnico implica, da parte do entrevistador e do entrevistado, uma certa limitação na sua liberdade de atuação, ou seja, o entrevistador segue o guião da entrevista e o entrevistado só deve responder ao que lhe é perguntado;
- Entrevista não-estruturada – é o tipo de entrevista em que existe uma maior liberdade de atuação. A entrevista surge assim mais como um diálogo entre o entrevistador e o entrevistado, embora o entrevistador não possa induzir as respostas do entrevistado. Este tipo de entrevista pode surgir sobre duas formas: a entrevista não dirigida (há uma conversa que flui livremente) e a entrevista dirigida (a conversa apesar de fluir gira em torno de um tema);
- Entrevista semiestruturada – trata-se de uma entrevista que estabelece um ponto intermédio entre as anteriores, no fundo o

entrevistador guia-se por um conjunto de perguntas que vão sendo colocadas ao entrevistado à medida que a conversa avança, sem que para isso tenham de seguir uma linha orientadora estática. As questões são colocadas, oportunamente, à medida que a conversa evolui.

Efetivamente neste estudo, optou-se pelas entrevistas semiestruturadas porque: os entrevistados manifestaram abertamente as suas opiniões; o universo de entrevistados pode-se considerar relativamente pequeno e o entrevistador ser inexperiente na utilização deste tipo de instrumentos de recolha de dados.

Estes aspetos levaram à opção pela entrevista, apesar de não se conseguir uma grande quantidade de dados, mas sim dados fruto de uma interação pessoal com qualidade. No seguimento, e segundo Hébert, Goyette e Boutin (1990):

As notas de trabalho, as gravações em vídeo e os documentos respeitantes ao local do estudo não são dados. Mesmo as transcrições das entrevistas não o são. Tudo isto constitui material documental a partir do qual os dados serão construídos graças aos meios formais que a análise proporciona” (p. 107).

Sendo assim, os dados “identificam-se, então, com todo o tipo de informação descritiva da realidade, como por exemplo enunciados, afirmações e negações” (Almeida & Freire, 2007, p. 19).

Considerando a entrevista “necessária quando se trata de recolher dados válidos sobre as crenças, as opiniões e as ideias dos sujeitos observados” (Hébert, Goyette & Boutin, 1990, p. 160) é relevante referir, que com a entrevista, por vezes, mais fácil conseguir o número pretendido de entrevistados uma vez que as pessoas demonstram mais disponibilidade para responder oralmente que por escrito e que o entrevistador, mesmo seguindo um guião para as questões pode fazê-lo à semelhança de uma conversa. Em contrapartida é uma técnica que dificilmente se pode aplicar a grandes universos, pois é um instrumento que consome muito tempo na sua dinamização.

## 4.2. Participantes

Neste estudo e de forma a dar resposta à questão inicial *De que forma os diferentes estilos parentais se refletem nos hábitos de consumo das crianças em idade pré-escolar?* procurou-se encontrar um grupo de participantes.

Tendo presente os seguintes critérios:

- Famílias, pai e mãe, que vivessem juntos;
- Famílias que tivessem pelo menos um filho em idade pré-escolar (3 – 5 anos).

Definidos os critérios seleccionaram-se 12 famílias (pai e mãe) da zona centro de Portugal que posteriormente se irão caracterizar.

## 4.3. Instrumentos: a entrevista

Enquanto a teoria se situa ao nível daquilo que se pretende investigar, as técnicas situam-se ao nível de como investigar, ou seja, refere-se aos instrumentos que se pretende utilizar no decorrer da investigação vendo esta como “algo que se procura. É um caminhar para um melhor conhecimento e deve ser aceite como tal, com todas as hesitações, desvios e incertezas que isso implica” (Quivy & Campenhoudt, 1998, p. 31). O investigador decide, de acordo com o estudo em causa, qual o melhor e mais adequado instrumento para a recolha de dados.

Nesta situação, pretende-se utilizar a entrevista, como técnica de recolha de informação, no sentido de ajudar a perceber de que forma os diferentes estilos parentais, segundo Baumrin, se refletem nos hábitos de consumo das crianças em idade pré-escolar.

O guião da entrevista está organizado em três blocos diferentes: conceito de família; identificação dos estilos parentais; consumo das famílias. Cada bloco é

composto pelos objetivos específicos e pelas questões que de uma forma mais detalhada podemos ver no Quadro 1 que de seguida se apresenta.

**Quadro 1 – Organização da entrevista**

Blocos	Objetivos específicos	Questões
Conceito de Família	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descrever o que consideram família;</li> <li>- Compreender comportamentos de consumo da família.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enquanto família, qual a vossa opinião sobre, o que é uma família?</li> <li>- Consideram-se uma família consumista? Porquê?</li> <li>- Quem mais promove o consumo na vossa família?</li> </ul>
Identificação dos Estilos Parentais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar os estilos parentais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Na rotina do dia a dia, procuram insistentemente controlar os comportamentos do(s) vosso(s) filho(s)?</li> <li>- Valorizam o respeito, que o(s) vosso(s) filho(s) tem pela autoridade que exercem?</li> <li>- Regularmente utilizam a punição como meio de controlar os comportamentos do(s) vosso(s) filho(s)?</li> <li>- Como pais e considerando as várias decisões que são necessárias tomar na família, dão oportunidade ao(s) vosso(s) filho(s) de manifestar(em) a sua(s) opinião(ões) chegando a um consenso ou as decisões ficam exclusivamente para vocês?</li> <li>- Dada a vossa vivência do dia a dia, acham que em casa têm um ambiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Caloroso;</li> <li>o Afetivo;</li> <li>o Colaborativo? Ou</li> <li>o De medo;</li> <li>o Controlo;</li> <li>o Insegurança?</li> </ul> </li> <li>- Consideram o(s) vosso(s) filho(s), uma criança(s) confiante(s) e autónoma(s)?</li> <li>- O controlo que fazem do(s) vosso(s) filho(s) tem limites, regendo-se de acordo com determinadas regras?</li> <li>- São firmes nas vossas atitudes ou facilmente cedem perante pedidos insistentes do(s) vosso(s) filho(s)?</li> <li>- Sentem que é importante dar liberdade ao(s) vosso(s) filho(s), permitindo que se sintam(m) tranquilo(s) para fazer(em) o que achar(em) melhor, tomando a(s) Sua(s) própria(s) decisão(ões)?</li> <li>- Recorrem à cooperação e colaboração do(s) vosso(s) filho(s), facilitando-lhe(s) muitas explicações sempre que pretendem alguma coisa?</li> <li>- A educação deve estar assente só, sobre o afeto e o carinho?</li> <li>- Consideram-se pais, abertos ao(s) comportamento(s) natural do(s) filho(s), fazendo poucas exigências?</li> </ul>
Consumo das Famílias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perceber o papel da televisão no consumo infantil;</li> <li>- Perceber o</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sentem que o(s) vosso(s) filho(s): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não é influenciado</li> <li>• É influenciado</li> <li>• É muito influenciado pela televisão relativamente aos</li> </ul> </li> </ul>

	<p>comportamento das famílias face às exigências das crianças;</p> <p>- Perceber como entendem a educação para o consumo.</p>	<p>produtos que quer comprar?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Existem outros meios de comunicação que consideram também ser um meio de influência para o(s) vosso(s) filho(s)? Qual ou quais?</li> <li>- Sempre que vão às compras e se fazem acompanhar pelo(s) vosso(s) filho(s), este(s) pede(m) para comprarem algum produto?</li> <li>- Existem problemas entre vocês e o(s) vosso(s) filho(s) na hora das compras? Se sim, podem referir algum exemplo?</li> <li>- Produtos mais frequentes nas compras familiares: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produtos infantis: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leite/iogurtes;</li> <li>▪ Roupa;</li> <li>▪ Livros;</li> <li>▪ Refrigerantes;</li> <li>▪ Doces/guloseimas;</li> <li>▪ Jogos eletrónicos.</li> </ul> </li> <li>• Produtos familiares: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fruta/legumes;</li> <li>▪ Shampoo/sabonete;</li> <li>▪ Água;</li> <li>▪ Televisão por cabo;</li> <li>▪ Cinema;</li> <li>▪ Hi-teck (máquina fotográfica, tablet, câmara de filmar, consola).</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- De todos os artigos referidos anteriormente, algum ou alguns foram particularmente "exigidos" pelo(s) vosso(s) filho(s)?</li> <li>- Têm alguma expressão, que frequentemente utilizem, quando o(s) vosso(s) filho(s) vos pede(m) para comprar algum produto?</li> <li>- Qual o vosso comportamento perante uma exigência para aquisição de um produto, por parte do(s) vosso(s) filho(s)? Podem contar alguma situação?</li> <li>- Como na vossa família educam o(s) vosso(s) filho(s) para a questão do consumo equilibrado? Sentem que estão os dois em sintonia, que se complementam ou têm uma perspetiva diferente?</li> <li>- Acham que o(s) vosso(s) filho(s) gosta(m) de ir convosco às compras? Porquê?</li> <li>- Consideram a escola também um meio de educação para o consumo? A escola do(s) vosso(s) filho(s) realiza/realizou alguma ação nesse sentido? Qual?</li> </ul>
--	---	--

#### 4.4. Procedimentos

Entende-se por procedimento segundo Quivy e Campenhoudt (1998, p. 25) como sendo "uma forma de progredir em direção a um objetivo. Expor o procedimento científico consiste, portanto, em descrever os princípios fundamentais a pôr em prática em qualquer trabalho de investigação", em particular neste trabalho e

de acordo com Bachelard citado por Quivy e Campenhoudt (1998, p. 25) é importante entender o procedimento como um processo, do qual fazem parte, três palavras que se traduzem em três momentos que não são independentes e que dependem e se relacionam entre si. Estes três momentos são: conquistado, na medida em se deve deixar para trás as falsas ilusões que muitas vezes advêm da pesquisa teórica e procurar prosseguir com rigor; construído, que se traduz no avanço sob uma base validamente constituída; verificado, no sentido de experimentado, precisa ser testado.

As entrevistas realizadas neste estudo decorreram durante o mês de abril de 2013 de forma presencial, em ambiente natural do entrevistado, a sua habitação e de acordo com a disponibilidade do mesmo e do entrevistador. Os participantes, as doze famílias, depois de constatados e explicado o que se pretendia disponibilizaram-se para responderem à entrevista e colaborarem no presente estudo.

Os dados recolhidos foram tratados utilizando a técnica de análise de conteúdo que segundo Quivy e Campenhoudt (1998):

Incide sobre mensagens tão variadas como obras literárias, artigos de jornais, relatórios de entrevistas, (...) a análise de conteúdo na investigação (...) oferece a possibilidade de tratar de forma metódica informações e testemunhos que apresentam um certo grau de profundidade e de complexidade (p. 227).

A análise de conteúdo feita neste estudo às entrevistas realizadas, vai incidir numa perspetiva onde “funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos” (Bardin, 2009, citado por Pereira, 2012, p. 50).

## **Capítulo III**

### **Resultados**

## **5. Resultados**

### **5.1. Apresentação dos Resultados**

No decorrer deste capítulo serão apresentados e analisados os dados obtidos com a entrevista ao grupo participante das doze famílias que voluntariamente fizeram parte deste estudo. Os dados recolhidos foram analisados mediante a utilização da análise de conteúdo.

#### **Caracterização das famílias**

Na análise das entrevistas recorreu-se a uma análise de conteúdo, onde se procurou revelar as perceções e os juízos dos locutores a partir de um exame de certos elementos constitutivos do discurso dos vários participantes (Bardin citado por Quivy & Campenhoudt 1998, p. 228). Esta análise distingue:

- A análise categorial – onde se calcula e compara as frequências de certas características previamente agrupadas em categorias significativas. O procedimento é essencialmente quantitativo;
- A análise da avaliação – que incide sobre os juízos formulados pelo locutor. É calculada a frequência dos diferentes juízos (ou avaliações), mas também a sua direção (juízo positivo ou negativo) e a sua intensidade.

Após a recolha dos dados, agrupou-se as categorias tendo como base os objetivos traçados. No seguimento das categorias, definiram-se as subcategorias que advêm das categorias, dos objetivos dos dados recolhidos junto dos participantes, dos temas e das dimensões da entrevista.

Começa por se apresentar as características socio demográficas das famílias: a idade, o estado civil, o número de filhos, as habilitações literárias, a profissão e a situação profissional atual.



Como constatamos na Tabela 1 a faixa etária dos participantes está compreendida entre os 30 – 55 anos, estando o grupo de menor participação entre os 46 – 50 e 51 – 55 anos com um elemento (4,2%). O de maior de participantes encontra-se entre os 36 – 40 anos com 8 elementos, representando 58,3%. Dados que se podem confirmar na Tabela 1 apresentada de seguida.

**Tabela 1 - Idade dos elementos das famílias participantes**

	Masculino	Feminino	Frequência	%	% Acumulada
30 – 35	1	4	5	20,8	20,8
36 – 40	8	6	14	58,3	79,2
41 – 45	1	2	3	12,5	91,7
46 - 50	1		1	4,2	95,8
51 - 55	1		1	4,2	100,0
Total	12	12	24	100,0	

Entre os participantes nove (75%) são casados, dois (16,7%) coabitam e um casal (8,3%) faz parte de uma família reconstituída, dados que se confirmam na Tabela 2.

**Tabela 2 – Estado civil das famílias participantes**

	Frequência	%	% Acumulada
Casados	9	75,0	75,0
Coabitam	2	16,7	91,7
Família reconstituída	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Em relação ao número de filhos por família entre os participantes verifica-se que oito famílias (66,7%) têm dois filhos, três (25%) têm apenas um filho, uma (8,3%) tem três filhos. Das famílias que se disponibilizaram para este estudo, nenhuma tem mais de três filhos (Tabela 3).

**Tabela 3 – Número de filhos das famílias participantes**

	Frequência	%	% Acumulada
1 Filho	3	25,0	25,0
2 Filhos	8	66,7	91,7
3 Filhos	1	8,3	100,0
+ De três filhos		0,0	100,0
Total	12	100,0	

Constituindo critério de seleção inicial para participarem no estudo as famílias terem um ou mais filhos mas pelo menos que um deles tivesse em idade pré-escolar, constatamos na Tabela 4 que duas famílias têm um filho com três anos (16,7%) e que cinco (41,7%) têm um filho com quatro anos e outras cinco, representando um total de 41,7% têm um filho com cinco anos.

**Tabela 4 – Idade dos filhos em pré-escolar**

	Frequência	%	% Acumulada
3 Anos	2	16,7	16,7
4 Anos	5	41,7	58,3
5 Anos	5	41,7	100,0
Total	12	100,0	

Como se pode verificar na Tabela 5, nas famílias participantes onze filhos (91,7%) em idade pré-escolar têm atividades extra horário escolar, enquanto que apenas um (8,3%) não tem.

**Tabela 5 – Atividade extra horário escolar dos filhos**

	Frequência	%	% Acumulada
Sim	11	91,7	91,7
Não	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	

Quanto às habilitações literárias dos elementos das famílias participantes presente na Tabela 6 pode-se constatar: um (4,2%) participante do sexo masculino tem o ensino básico; têm o ensino secundário seis participantes do sexo masculino e um do sexo feminino, representando 29,2%. O ensino superior faz parte da formação de 66,7% dos participantes, sendo cinco do sexo masculino e onze do sexo feminino.

**Tabela 6 - Habilitações literárias dos participantes**

	Masculino	Feminino	Frequência	%	% Acumulada
Ensino básico	1		1	4,2	4,2
Ensino Secundário	6	1	7	29,2	33,3
Ensino Superior	5	11	16	66,7	100,0
Total	12	12	24	100,0	

Os dados apresentados na Tabela 7 fazem referência às profissões dos participantes do estudo. Estes dados seguem as tabelas de equivalência utilizadas pelo Instituto Nacional de Estatística, para a classificação portuguesa das profissões 2010.

Verifica-se que, em vinte e quatro dos participantes treze (54,2%) encontram-se na categoria de Especialistas das atividades intelectuais e científicas, sendo três do sexo masculino e dez do sexo feminino. As categorias profissionais menos representadas são: Pessoal administrativo e Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices, com uma frequência cada representando 4,2% do total.

Tabela 7 – Profissões dos participantes

Profissão	Masculino	Feminino	Frequência	%	% Acumulada
1. Representantes do poder legislativo, de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos	3	1	4	16,7	16,7
2. Especialistas das atividades intelectuais e científicas	3	10	13	54,2	70,8
3. Técnicos e profissões de nível intermédio	1		1	4,2	75,0
4. Pessoal administrativo	1		1	4,2	79,2
5. Trabalhadores dos serviços pessoais, de proteção e segurança e vendedores	1	1	2	8,3	87,5
6. Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta	2		2	8,3	95,8
7. Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices	1		1	4,2	100,0
Total	12	12	24	100,0	

No que concerne à situação profissional dos participantes encontram-se a contrato quatro participantes (16,7%) do sexo feminino e 11 efetivos no local de trabalho, representando 45,8%. Destes seis são do sexo masculino e cinco do sexo feminino. Como trabalhadores independentes temos seis (25%), onde quatro são do sexo masculino e dois do sexo feminino. Temos noutras situações profissionais três participantes (12,5%), sendo dois do sexo masculino e um do sexo feminino. Estes dados confirmam-se na Tabela 8.

**Tabela 8 – Situação profissional dos participantes**

	Masculino	Feminino	Frequência	%	% Acumulada
Contratado		4	4	16,7	16,7
Efetivo	6	5	11	45,8	62,5
Trabalhador independente	4	2	6	25,0	87,5
Outra	2	1	3	12,5	100,0
Total	12	12	24	100,0	

## 5.2. Discussão dos Resultados

A análise das entrevistas partiu de temas/dimensões previamente definidas pela revisão da literatura apresentada. Concretamente:

- Conceito de família;
- Estilos parentais;
- Consumo na família.

Estas dimensões encontram-se no Quadro 2. Definiram-se ainda subcategorias para uma melhor interpretação dos resultados. Estas subcategorias estão também apresentadas no mesmo Quadro 2.

**Quadro 2 – Dimensão, categorias e subcategorias das entrevistas**

Tema/Dimensão	Categoria	Subcategoria
Conceito de Família	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prática de Família</li> <li>- Promotores do consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideais/Valores</li> <li>- Vivências</li> <li>- Memórias</li> <li>- Elementos da família</li> <li>- Intenção</li> <li>- Disponibilidade</li> <li>- Necessidade</li> </ul>
Estilos Parentais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoritário</li> <li>- Autoritativo</li> <li>- Permissivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlo dos comportamentos</li> <li>- Respeito pela autoridade</li> <li>- Utilização de punição</li> <li>- Decisões familiares</li> <li>- Ambiente familiar</li> <li>- Autonomia e confiança dos filhos</li> <li>- Firmeza/cedência nas atitudes</li> <li>- Liberdade de decisão</li> <li>- Muitas explicações</li> <li>- Educação sob o afeto e carinho</li> <li>- Poucas exigências</li> </ul>
Consumo na Família	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meio influenciador</li> <li>- Exigência das crianças</li> <li>- Educação para o consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Televisão</li> <li>- Outros meios de comunicação social</li> <li>- Interesse/motivação em comprar</li> <li>- Problemas comportamentais no momento das compras</li> <li>- Expressões comuns</li> <li>- Comportamento dos pais perante exigências</li> <li>- Gosto pelas compras</li> <li>- Na família</li> <li>- Na escola</li> </ul>

## Conceito de família

A dimensão *conceito de família* teve como objetivo perceber o que o grupo de participantes entendia como sendo uma família, bem como, compreender de que forma a ideia que tinham de família está relacionada com uma família consumista.

Dentro do tema/dimensão encontramos duas categorias: prática de família e promotores do consumo.

## Prática de família

Na categoria da *prática da família* descreve-se alguns exemplos ilustrativos do conceito de família para os participantes.

“tem que ser na base do amor (...) do respeito e da educação.” (E1);

“Se não houver carinho, amor e afeto, não há família. Se não houver união, sinceridade, clareza nas coisas, respeito não é uma família.” (E5).

Para os participantes a família, como constatamos pelos excertos apresentados são as vivências de afetos e sentimentos do dia-a-dia partilhados.

“É partilhar o dia-a-dia (...) é um núcleo que vivencia os bons e maus momentos” (E2);

“Somos três pessoas que se amam profundamente” (E7).

No entanto, as famílias registam momentos e situações que marcam o seu percurso nesta construção de vivências, as memórias familiares, referindo por exemplo:

“É estarmos casados, já vai para seis anos.” (E11);

“vão ao longo da vida, sedimentando esses mesmos laços e solidificando aquilo que é a base da família.” (E6).

No Quadro 3, encontram-se respostas das diferentes famílias participantes.

Quadro 3 – Dimensão: conceito de Família – Prática de família

Categoria	Subcategoria	Exemplos	Frequência
Prática de Família	Ideais/valores	<p>"é o que nós tentamos todos os dias construir." (E4)</p> <p>"tem que ser na base do amor ... do respeito e da educação." (E1)</p> <p>"É partilharmos a nossa vida, é conseguirmos estar o mais tempo possível juntos, ter tempo de qualidade." (E9)</p>	E4, E1, E3, E5, E7, E9
	Vivências	<p>"trabalhar para criar base de sustento para a família" (E4)</p> <p>"É partilhar o dia a dia ... é um núcleo que vivencia os bons e maus momentos" (E2)</p> <p>"São pessoas que vivem sob o mesmo teto, com laços familiares e emocionais ... têm uma relação afetiva" (E6)</p> <p>"Somos três pessoas que se amam profundamente" (E7)</p> <p>"Um agregado de pessoas que partilham laços afetivos." (E12)</p>	E4, E2, E5, E6, E7, E9, E10, E12
	Memórias	<p>"termos casado" (E4)</p> <p>"É querer constituir família e ter filhos." (E5)</p> <p>"É um conjunto de pessoas unidas por parentesco mas também por laços" (E8)</p> <p>"É estarmos casados, já vai para seis anos." (E11)</p>	E4, E5, E6, E8, E10, E11

#### Promotores do consumo

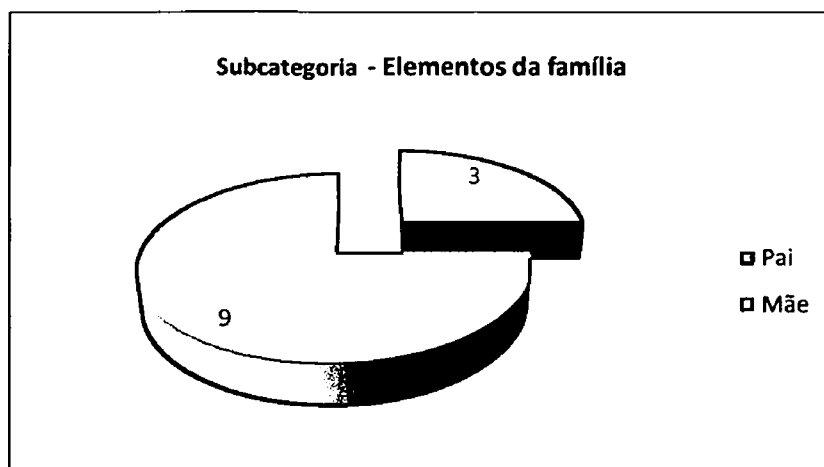
De acordo com os dados recolhidos das famílias participantes na categoria *promotores do consumo* (Quadro 4), as famílias assumiram-se como tendo um comportamento consumista. O seu testemunho remete-nos para a identificação de quem mais promove o consumo no seio da família. Das doze famílias nove referem o elemento feminino (a mãe) e as restantes três os pais, como podemos perceber (Figura 2):

"é mais da parte da mãe dada às necessidades que ela tem de gerir o orçamento em termos de despesas diárias" (E2);

"É a mãe que faz a gestão toda." (E4).

No entanto em estudos futuros seria importante clarificar se este consumo referido pelos participantes se limita, ou não, aos bens essenciais à família, como por exemplo, a alimentação.





**Figura 2**

Relativamente às intenções de compras por parte dos participantes, consegue-se perceber que se dividem as respostas. Se por um lado seis famílias manifestam que não se compra apenas o essencial:

“É a esposa que vai às compras e aproveita e faz mais compras.” (E5),

Por outro lado duas famílias procuram conter-se nas compras:

“porque não temos também possibilidades de mais consumo” (E1);

“mas há sempre um controle que procuramos ser racionais naquilo que consumimos.” (E6).

Comprar ou não só o que realmente faz falta é uma preocupação de quatro das famílias participantes, pois apontam para realidades muito particulares, como:

“Vivíamos com menos, (...) temos consciência que consumimos coisas que não eram necessárias” (E1);

“mas há coisas que compramos que não havia necessidade.” (E2).

No Quadro 4 pode-se analisar as respostas das diferentes famílias.

Quadro 4 – Dimensão: conceito de Família – Promotores do Consumo

Categoria	Subcategoria	Exemplos	Frequência
Promotores do Consumo	Elementos da família	"É a mãe que faz a gestão toda." (E4) "No vestir a mãe, de comer é o pai." (E1)	E4, E1, E2, E7, E12
	Intenção	"É a esposa que vai às compras e aproveita e faz mais compras." (E5) "compramos isto porque gostam, compramos o ovo kinder porque pede" (E2) "andamos sempre a tentar comprar só o necessário ... para não fazer gastos desnecessários." (E3) "mas há sempre um controle que procuramos ser racionais naquilo que consumimos." (E6) "compramos porque é preciso, fazemos compras ponderadas" (E8)	E5, E1, E2, E3, E6, E7, E8, E12
	Disponibilidade	"de certa forma temos tido a oportunidade de lhes dar aquilo que vão gostando, seja a tal prendinha, seja a prenda mais cara ou mais barata" (E2) "Temos os canais de televisão para além dos normais ... não são essenciais." (E4) "O consumismo pode ser maior ou menor em função de uma maior ou menor disponibilidade que vamos ter" (6)	E2, E4, E6, E10
	Necessidade	"Vivíamos com menos, ... temos consciência que consumimos coisas que não eram necessárias" (E1) "é muita coisa em casa que não é essencial" (E4) "e muitas vezes tento fazer essa pergunta. Faz-me realmente falta ou não?" (E6) "a questão de fazer desenhos, a questão de ler os livros, a questão de ir ver a amiga, são coisas que ela dá muito mais valor." (E8)	E1, E2, E4, E6, E7, E8

### Estilos parentais

Nesta dimensão dos *estilos parentais* dos participantes no estudo, pretende-se perceber, identificando se as famílias participantes são pais: controladores dos comportamentos dos filhos; se utilizam muitas vezes a punição; se têm em consideração as opiniões dos filhos; se o ambiente familiar é acolhedor; se lhes permitem liberdade de decisão; se facultam imensas explicações; e se o afeto e o carinho se sobrepõe a qualquer outro tipo de comportamento.

## Autoritário

Como revela o Quadro 5, as famílias participantes, relativamente a esta categoria manifestam a sua opinião dizendo que o controlo é praticado. Das respostas recolhidas, este controlo é efetivamente praticado pelas doze famílias participantes, embora seguindo formas diferentes:

“Controlar em certa medida, há coisas que eu acho que não devo controlar.” (E9);

“A palavra insistentemente é importante. Sim” (E7);

“Não de uma forma insistente mas de forma de despertar para certas e determinadas situações que podem ser depois mais complexas” (E2).

É praticado um controlo e todas as doze famílias participantes manifestam que valorizam o respeito que os seus filhos têm pela autoridade que exercem:

“Sempre.” (E4).

De salientar que das famílias participantes nem todas utilizam a punição (Tabela 9), como meio de repreensão do comportamento dos filhos. Oito famílias (66,7%) utilizam punição, destes oito, seis recorrem à punição verbal e dois à física (Figura 3). Quatro das famílias participantes do estudo (33,3%) não utilizam qualquer tipo de punição:

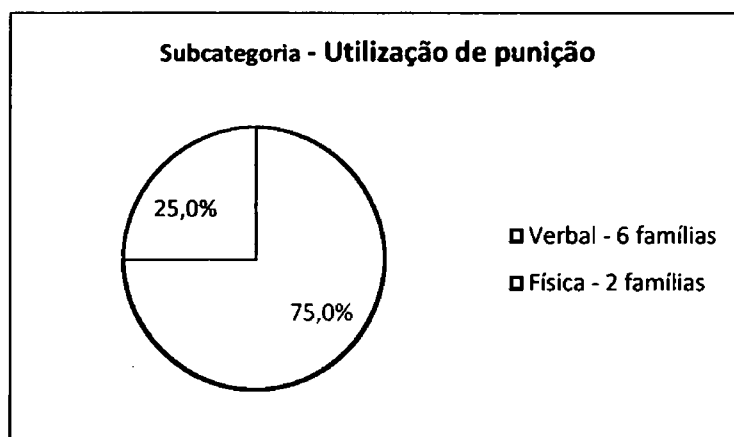
“Regularmente, com conta e medida, mas usamos a punição. Não é física, tentamos conversar.” (E3);

“Não é bem a punição, é mais termos que conversar com ela, ver outras soluções” (E2)

“Não é necessário.” (E12).

**Tabela 9 – Subcategoria - Utilização de punição**

	Verbal	Física	Frequência	%	% Acumulada
Sim	6	2	8	66,7	66,7
Não			4	33,3	100,0
Total	6	2	12	100,0	



**Figura 3**

A forma como os pais valorizam a opinião dos seus filhos nas decisões familiares. As doze famílias dizem que ouvem os filhos. Se a opinião do filho for válida, aceitam-na, caso contrário a última palavra será dos pais:

“Ouvimos e se fizer sentido a argumentação dele consegue ser premiado com o que quer” (E1).

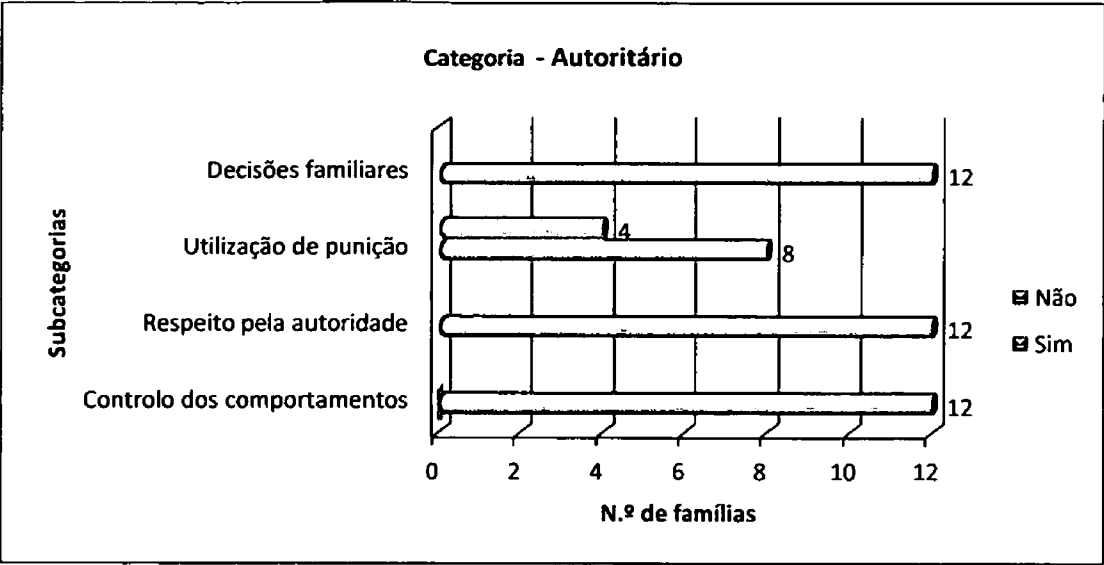
“Eu gosto muito de saber a opinião dos meus filhos ... Se eles não estiverem errados, olha boa ideia, vamos fazer assim” (E5).

No Quadro 5 podemos encontrar em forma de síntese as respostas dadas pelas famílias participantes relativamente às quatro subcategorias: controlo dos comportamentos, respeito pela autoridade, utilização de punição e decisões familiares.

Quadro 5 – Dimensão: Estilos Parentais – Autoritário

Categoria	Subcategoria	Exemplos	Frequências
Autoritário	Controlo dos comportamentos	<p>"Não de uma forma insistente mas de uma forma de despertar para certas e determinadas situações que podem ser depois mais complexas" (E2)</p> <p>"Sim." (E4)</p> <p>"umas vezes parece que procuramos em demasia e noutras se calhar deveríamos ser mais insistentes." (E6)</p> <p>"Controlar em certa medida, há coisas que eu acho que não devo controlar." (E9)</p>	E2, E4, E6, E7, E8, E9, E12
	Respeito pela autoridade	<p>"Sempre." (E4)</p> <p>"Valorizamos, embora tenha um feitio muito característico" (E6)</p> <p>"mas nem sempre conseguimos o nosso objetivo" (E11)</p>	E4, E6, E11, E12
	Utilização de punição	<p>"Mais repreensão, quando a repreensão já não chega teremos que passar para a parte da punição." (E1)</p> <p>"Não é bem a punição, é mais termos que conversar com ela; ver outras soluções" (E2)</p> <p>"Sim a punição verbal." (E4)</p> <p>"fala-se e em ultimo recurso é que vai um castigo e uma palmada no rabo" (E5)</p>	E1, E2, E3, E4, E5, E6, E9, E12
	Decisões familiares	<p>"Ouvimos e se fizer sentido a argumentação dele consegue ser premiado com o que quer." (E1)</p> <p>"com a idade que ele tem, é difícil ser ele." (E4)</p> <p>"Eu gosto muito de saber a opinião dos meus filhos ... Se eles não estiverem errados, olha boa ideia, vamos fazer assim." (E5)</p> <p>"Mesmo se não dermos ele faz valer a dele." (E9)</p> <p>"Em família, ela é chamada a participar nas decisões que nós achamos que ela tem de participar." (E12)</p>	E1, E2, E4, E5, E6, E7, E9, E12

Na Figura 4, está representado e quantificado as quatro subcategorias da categoria autoritário.



**Figura 4 - Autoritário**

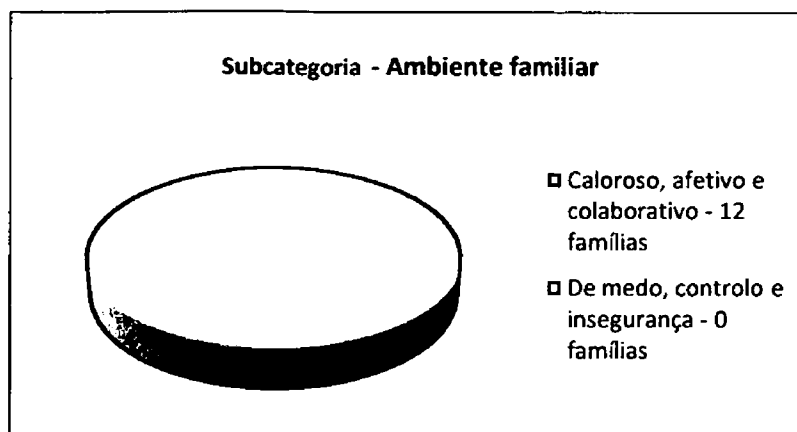
**Autoritativo**

Na categoria de autoritativo (Quadro 6), pretende-se identificar as opiniões das famílias participantes relativamente ao ambiente familiar, autonomia e confiança dos filhos. Bem como a firmeza ou cedência nos comportamentos por parte dos pais.

No respeitante ao ambiente familiar vivenciado pelas famílias participantes no estudo, todas as doze famílias manifestaram ter em casa um ambiente caloroso, afetivo e colaborativo (Figura 5):

“Colaborativo, sem dúvida.” (E3);

“nós somos afetuosos, carinhosos e compreensivos.” (E10).



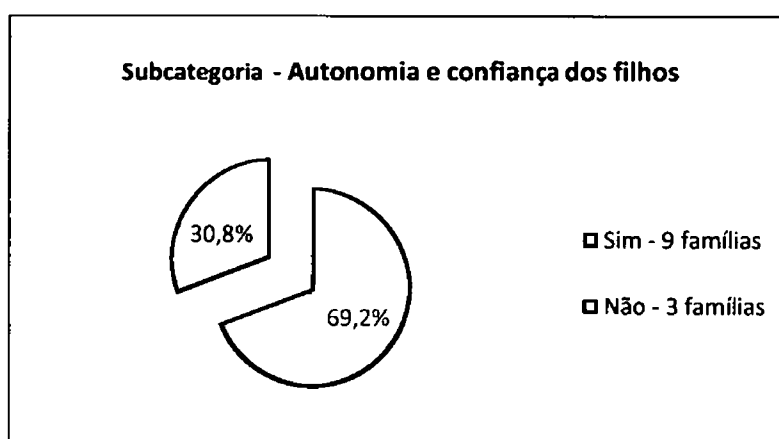
**Figura 5**

Em relação á autonomia e confiança dos filhos (Figura 6) é feita uma abordagem diferente. Há nove famílias que acham que sem dúvida os seus filhos são autônomos e confiantes:

“Confiante, autônoma, com personalidade, sim tudo isso.” (E12).

Enquanto que outras três famílias partilham de uma opinião que não:

“Neste momento acho que se pode dizer mais não do que sim. Mas tem sido uma construção” (E8).



**Figura 6**

Por outro lado (Figura 7), das doze famílias inquiridas cinco (41,7%) acham que nas suas atitudes habituais, de uma forma geral, cedem mas deveriam ceder menos:

“Às vezes não temos a firmeza que devíamos ter” (E6),

Outras seis (50,0%) acham que de vez em quando cedem:

“À coisas que cedemos e à outras que não cedemos mesmo” (E1),

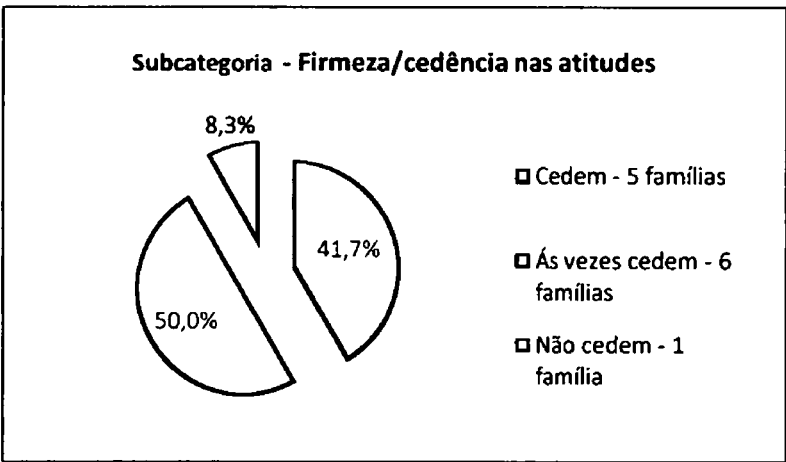
E só uma família (8,3%) considera-se firme, sem ceder:

“normalmente quando á alguma coisa que ela insiste mais e nós dizemos não à primeira, regra geral vai o não até ao fim” (E2).

A Tabela 10 apresenta os dados acima mencionados.

**Tabela 10 – Subcategoria - Firmeza/cedência nas atitudes**

	Frequência	%	% Acumulada
Sim	5	41,7	41,7
Não	1	8,3	50,0
Às vezes	6	50,0	100,0
Total	12	100,0	



**Figura 7**



No Quadro 6 encontramos uma síntese da caracterização do estilo parental autoritativo nas suas três subcategorias: ambiente familiar, autonomia e confiança dos filhos, firmeza/cedências nas atitudes.

**Quadro 6 – Dimensão: Estilos Parentais – Autoritativo**

Categoria	Subcategoria	Exemplos	Frequência
Autoritativo	Ambiente familiar	“Colaborativo, sem dúvida.” (E3) “nós não temos nenhum comportamento assim de querer evitar, que eles se sintam oprimidos.” (E6) “Cooperativo, caloroso e afetivo.” (E10)	E3, E5, E6, E8, E10, E11, E12
	Autonomia e confiança dos filhos	“muitos progressos, mesmo a nível escolar, os relatórios demonstram isso ... está muito mais autoconfiante.” (E2) “Acho-a uma criança insegura.” (E3) “Sim, muito.” (E4) “Neste momento acho que se pode dizer mais não do que sim. Mas tem sido uma construção” (E8) “Confiante sim e autónoma nem por isso.” (E10)	E2, E3, E4, E8, E10, E12
	Firmeza/cedência nas atitudes	“À coisas que cedemos e à outras que não cedemos mesmo” (E1) “Sou um bocadinho coração mole, a dado momento sou capaz de ceder mas ela compreende que á uma firmeza” (E2) “estás a insistir demais, está bem vai lá ... Às vezes cede-se, claro.” (E4) “tento refletir aquilo que digo que não, ou quando digo que não já é uma atitude refletida, para depois não ter que voltar atrás para não me contradizer” (E5) “ser coerentes com as decisões que tomamos ... somos firmes ... Inflexíveis não somos.” (E12)	E1, E2, E4, E5, E6, E12

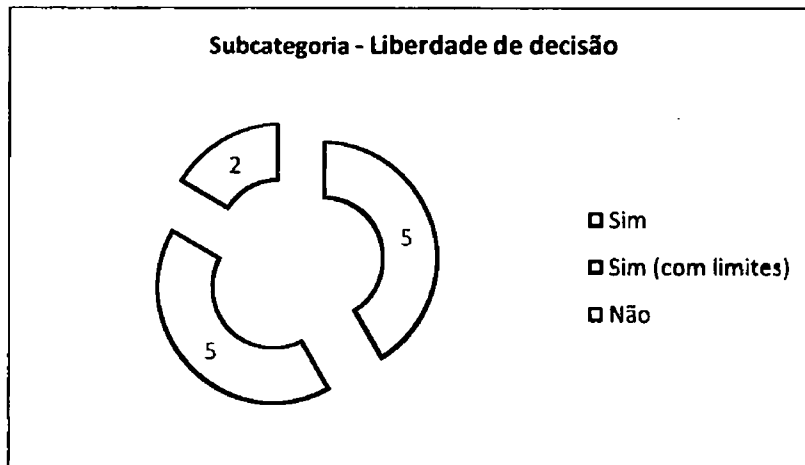
**Permissivo**

Das doze famílias participantes no estudo (Figura 8), dez consideram que dão liberdade aos seus filhos, mas dessas dez, cinco dão uma liberdade com poucos limites enquanto as outras cinco a liberdade recorrem a limites dentro das regras familiares. Apenas duas consideram que não dão liberdade:

“Achamos que sim, mas dentro das regras familiares” (E3);

“A liberdade dela é também mediante a nossa análise à situação” (E12);

“Eu não sei se nós lhe damos essa liberdade. Eu acho que nós não damos. Cá está, se calhar somos controladores demais.” (E10).

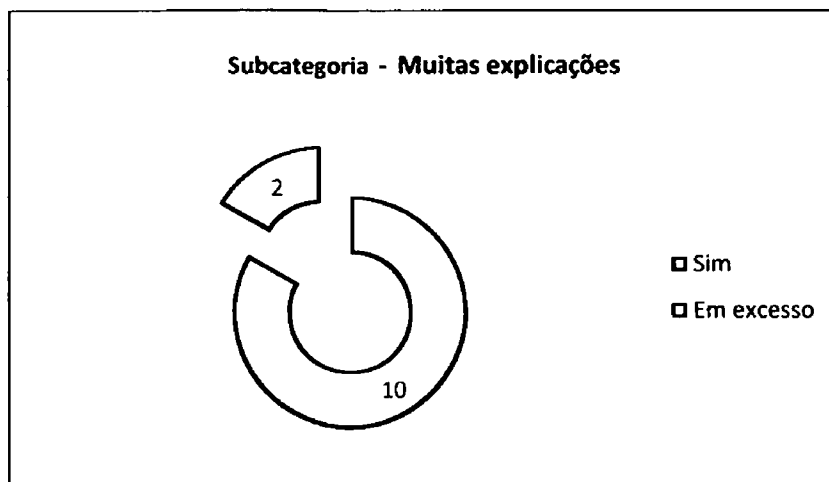


**Figura 8**

A pergunta, se os pais conversam com os filhos? Sim. Nas doze famílias inquiridas, em todas elas os pais dão explicações aos filhos, inclusive em duas das doze famílias consideraram que falam demais (Figura 9):

“Acho que falamos demais.” (E5).

“pode-se explicar mas a dado momento acho que não é preciso explicar mais.” (E2).

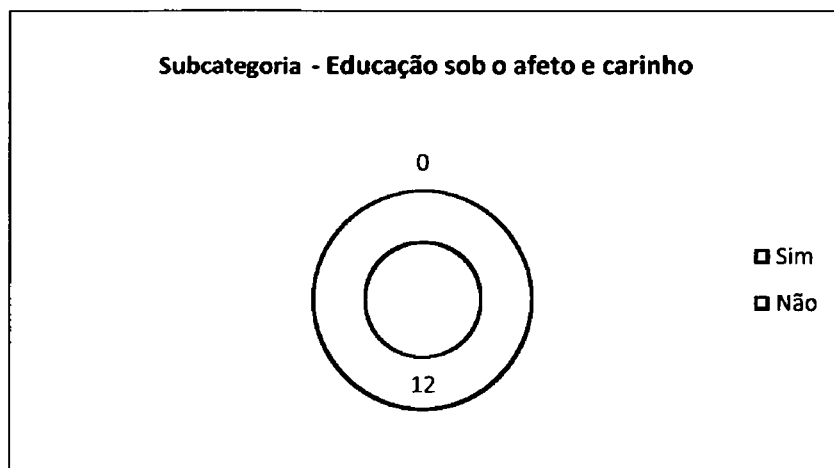


**Figura 9**

O afeto e o carinho para os filhos são desejos constantes das famílias participantes no estudo (Figura 10). No entanto, as doze famílias inquiridas consideram que as suas relações familiares não podem ser só sobre essa base. Das doze famílias, seis referem outros valores como a disciplina, a responsabilidade, o cumprimento de regras, entre outros devem fazer parte:

“o afeto sim, mas á a responsabilidade, as regras, a disciplina, o que eu acho que é muito importante ... Eu acho que às vezes as pessoas confundem o carinho e o afeto com o deixar fazer tudo, para não deixar triste, não ficar traumatizado” (E2);

“Não deve ser só o afeto e o carinho, é a base mas não deve ser só” (E3).

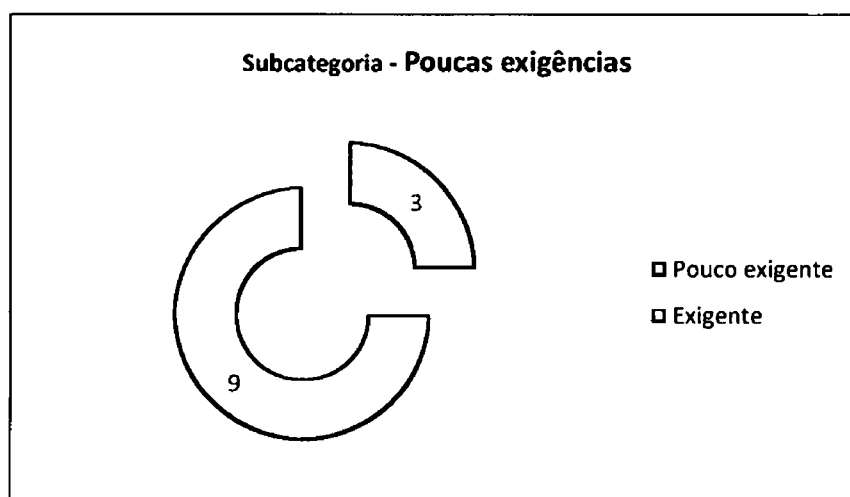


**Figura 10**

Das doze, nove famílias participantes identificam-se como tendo comportamentos de exigência para com os filhos (Figura 11), três consideram-se pouco exigentes, embora as doze se considerem abertos ao comportamento natural dos filhos:

“Ela tem o espaço dela sem problema absolutamente nenhum e é uma beleza vê-la evoluir nesse espaço, mas não é à vontade, não pode ser.” (E2);

“Eu faço muitas exigências. Mas eu acho que têm que ter regras e saber os limites.” (E5).



**Figura 11**

Quadro 7 – Dimensão Estilos Parentais – Permissivo

Categoria	Subcategoria	Exemplos	Frequência
Permissivo	Liberdade de decisão	<p>"damos-lhe liberdade para ele poder experimentar as coisas." (E1)</p> <p>"Achamos que sim, mas dentro das regras familiares" (E3)</p> <p>"Liberdade mas sempre com algumas linhas condutoras. Ele pode escolher dentro do que eu dei à escolha." (E6)</p> <p>"Eu não sei se nós lhe damos essa liberdade. Eu acho que nós não damos. Cá está, se calhar somos controladores demais." (E10)</p>	E1, E3, E6, E10, E11, E12
	Muitas explicações	<p>"nós achamos que sim mas para ele não sei se vamos ao fundo da explicação." (E1)</p> <p>"pode-se explicar mas a dado momento acho que não é preciso explicar mais." (E2)</p> <p>"basta explicar e normalmente é colaborante." (E8)</p> <p>"sim utilizamos a explicação para que ela faça o que a gente quer." (E12)</p>	E1, E2, E5, E8, E9, E12
	Educação sob o afeto e carinho	<p>"o afeto sim, mas á a responsabilidade, as regras, a disciplina, o que eu acho que é muito importante ... Eu acho que às vezes as pessoas confundem o carinho e o afeto com o deixar fazer tudo, para não deixar triste, não ficar traumatizado" (E2)</p> <p>"é importante o afeto e o carinho mas também é importante ser mais rígidos, ser mais exigentes." (E11)</p>	E2, E3, E6, E11
	Poucas exigências	<p>"nós somos exigentes ... tem que haver limites." (E4)</p> <p>"nós exigimos o mínimo, que ela se comporte bem. Não há grande problema." (E7)</p> <p>"á regras e valores que nós temos que pretendemos passa-los e a forma de os passar é explicar-lhe e com ela vivê-los para que ela também entenda que tem toda a liberdade de expressão e de tudo mais, ... do nosso conjunto de valores morais, estéticos e outras" (12)</p>	E4, E2, E5, E7, E12

### Consumo nas famílias

O consumo das famílias é uma realidade dos participantes neste estudo, como vamos percebendo ao longo da apresentação dos dados que agora se realiza.

A dimensão *consumo nas famílias*, pretende-se perceber se a televisão é um meio influenciador de consumo infantil ou se existem outros, perceber qual o

comportamento das famílias face a atitudes de exigência dos filhos, bem como se, se pode promover a educação para o consumo.

#### Meio influenciador

Ao questionar as famílias participantes acerca da influência que a televisão tem sobre as crianças (Tabela 11), nota-se que das doze famílias, cinco (41,7%) não consideram que a televisão influencie o comportamento do filho; quatro (33,3%) referem que são muito influenciados; e três (25,0%) são influenciados:

“É influenciada no sentido que ela vê e quer, vê na televisão e quer, mais até a nível de brinquedos, não tanto as comidas” (E2);

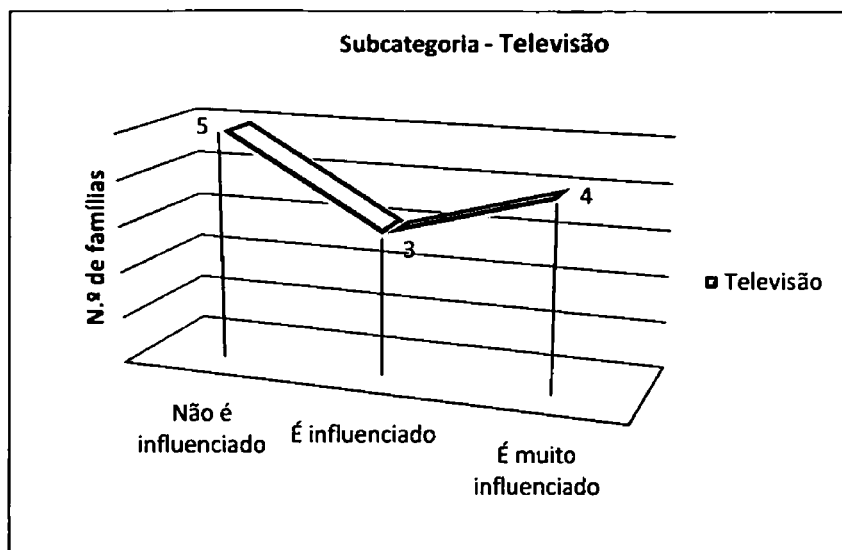
“Se estivermos que escolher uma das opções é não influenciada.” (E8);

“é muito influenciada, ela está a pedir quer isto, quer aquilo” (E12).

Tabela 11 – Subcategoria - Televisão

	Frequência	%	% Acumulada
Não é influenciado	5	41,7	41,7
É influenciado	3	25,0	66,7
É muito influenciado	4	33,3	100,0
Total	12	100,0	

A Figura 12, que a seguir se apresenta pretende ser uma outra sinalização desta realidade.



**Figura 12**

Por outro lado, as sete famílias onde a televisão influencia e influencia muito fazem referência a outros meios de comunicação que também consideram ser pontos de influência para o consumo das suas crianças, como folhetos, revistas, panfletos, rádio, internet e grupo de pares:

“O rádio, as revistas, as publicidades de brinquedos, essas coisas.” (E4);

“Os colegas, mesmo na escola, eu já noto.” (E5);

“Acho que o grupo de pares é outro meio de influência grande. Acho que o grupo de pares, se um amiguinho tem uma coisa que ele também gosta, ele vai pedir igual (...) Os panfletos, quando chega ao supermercado e começa a ver, já chegou a fazer uma bolinha do que gostava.” (E10).

Quadro 8 – Dimensão: Consumo das Famílias - Meio influenciador

Categoria	Subcategoria	Exemplos	Frequência
Meio influenciador	Televisão	<p>"É influenciada no sentido que ela vê e quer, vê na televisão e quer, mais até a nível de brinquedos, não tanto as comidas" (E2)</p> <p>"muito influenciado, um bocado grande." (E4)</p> <p>"influenciado, é, ... Ele não diz que quer, ele diz que precisa porque não tenho e até precisava." (E5)</p> <p>"Ainda não liga a isso. Gosta de ver televisão, adora a televisão, tudo a nível de desenhos animados mas não relaciona aquilo que vê com o que quer ou não." (E11)</p>	E2, E4, E5, E7, E8, E10, E11, E12
	Outros meios de comunicação social	<p>"Há aqueles folhetos de supermercados, principalmente na época natalícia, e da Páscoa e etc, aquilo é direcionado." (E2)</p> <p>"O rádio, as revistas, as publicidades de brinquedos" (E4)</p> <p>"Os vídeos que ele usa no you tube dos brinquedos" (E9)</p> <p>"Acho que o grupo de pares é outro meio de influência grande. Acho que o grupo de pares, se um amiguinho tem uma coisa que ele também gosta, ele vai pedir igual ... Os panfletos, quando chega ao supermercado e começa a ver, já chegou a fazer uma bolinha do que gostava." (E10)</p> <p>"Obviamente os sites que ela já consulta, os jogos também." (E12)</p>	E2, E4, E5, E6, E9, E10, E12

### Exigência dos filhos

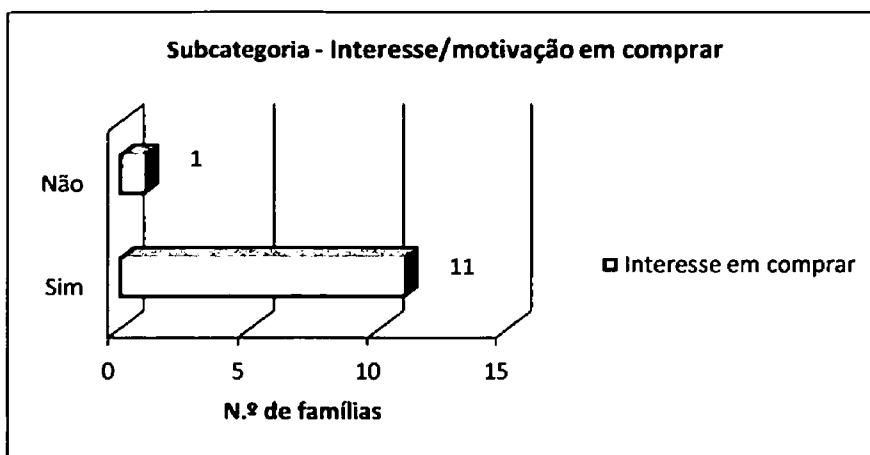
Das doze famílias participantes onze responderam que efetivamente os seus filhos em momentos de compras pediam alguma coisa (Figura 13). Destas onze famílias, nove afirmaram que os seus filhos pedem sempre alguma coisa, enquanto que uma família apenas, diz que o seu filho não pede nada:

"acontece sempre e várias vezes ao longo das compras, tanto que eu costumo dar-lhe ali um limite." (E6);

"Se for brinquedos ela pede." (E7);

"Normalmente, ela pede para comprar alguma coisa para ela." (E12).





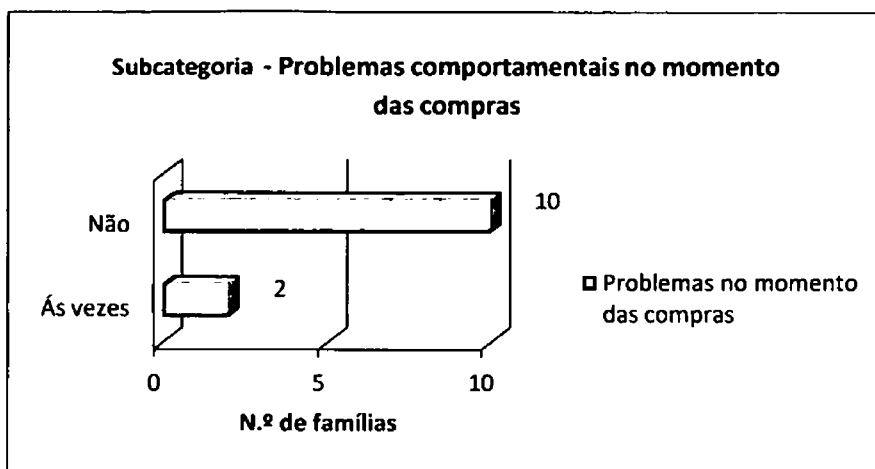
**Figura 13**

Os filhos das doze famílias participantes (Figura 14) pedem aos pais para comprar, mas não fazendo grandes exigências. Pois, dez das famílias responderam que não e duas que eram situações pontuais:

“Ela gosta de estar, de ver, pede sempre, mas se dissermos hoje não pode ser ou hoje não há dinheiro, se dissermos qualquer coisa ela aceita. Pode argumentar um bocadinho, mas aceita.” (E2);

“Não, normalmente não. Às vezes fica aborrecida em relação à comida, se deixasse trazia um cesto de queijos, mas depois passa.” (E3);

“Não, é pacífico. Ele nunca fez assim nenhuma birra. Embora seja persistente, às vezes, nos pedidos.” (E6).



**Figura 14**

Os pedidos por parte dos filhos para comprar alguma coisa, são incidentes pontuais, como foi mencionado anteriormente. Mas nem sempre esses pedidos são satisfeitos. Para recusar a compra de algum produto, os pais participantes no estudo, assumem várias expressões:

“não compro porque não faz falta.” (E1);

“agora não, não pode ser.” (E7);

“não podemos comprar porque não temos dinheiro.” (E4).

O comportamento destas doze famílias do estudo perante uma exigência de compra de um produto por parte dos filhos é diferenciado (Figura 15). Três famílias compram de imediato, outras cinco a compra depende da situação e do próprio pedido e uma família não compra. Mas três famílias das doze vagueou e não respondeu à questão:

“se achar que é acessível, tem alguma utilidade ... ou porque ela quer muito e como não é muito caro, pronto, posso ceder.” (E2);

“Se a gente achar que não é importante ou que não queremos, dizemos que não.” (E9).

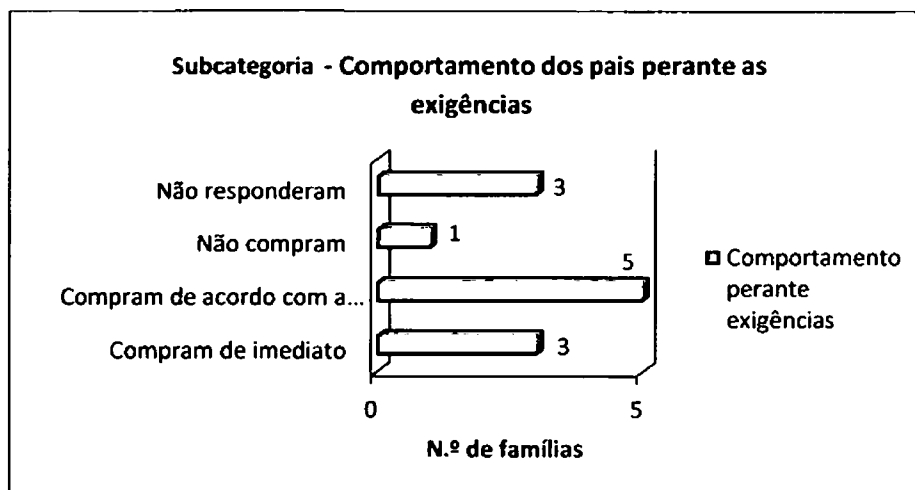


Figura 15

As compras, o ir às compras de acordo com as famílias (Figura 16) são momentos bem passados e agradáveis. Cinco das doze famílias referem que gostam de ir às compras. Outras cinco adoram fazer compras em família e em duas famílias as crianças não gostam de ir às compras:

“Não, detesta, não gosta ... não gostamos de perder tempo nas compras” (E1);

“Adora. Adora porque para ela é um momento de brincadeira connosco.” (E8);

“Acho que sim. Vê coisas que não vê cá em casa.” (E10).

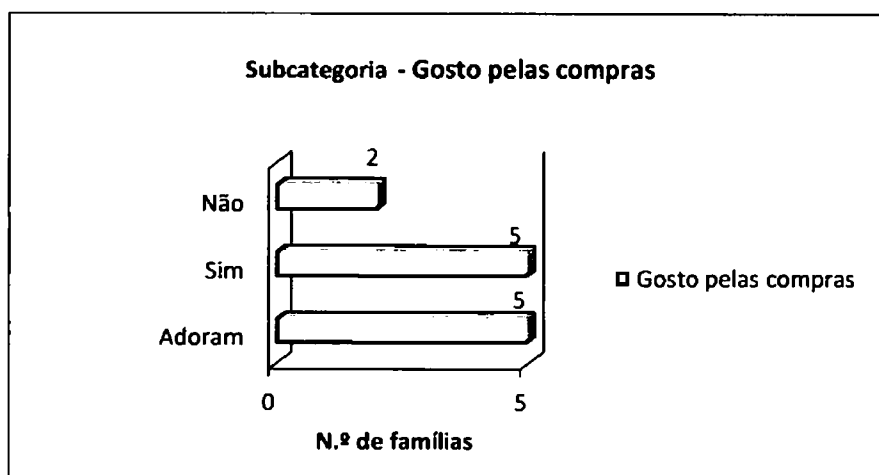


Figura 16

Para completar os registos acima mencionados de acordo com a categoria exigência das crianças, é necessário consultar o Quadro 9, pois sintetiza as opiniões das famílias participantes.

**Quadro 9 - Dimensão: Consumo das Famílias – Exigência dos filhos**

<b>Categoria</b>	<b>Subcategoria</b>	<b>Exemplos</b>	<b>Frequência</b>
<b>Exigência das crianças</b>	<b>Interesse em comprar</b>	<p>“querem estes cereais, estas bolachas, brinquedos, é o normal.” (E4)</p> <p>“acontece sempre e várias vezes ao longo das compras, tanto que eu costumo dar-lhe ali um limite.” (E6)</p> <p>“Ultimamente tem pedido, assim que vê, vai ao corredor dos brinquedos, pede se pode ter ou se pode comprar” (E10)</p> <p>“Ela pede sempre um mimo.” (E12)</p>	<b>E4, E6, E7, E10, E11, E12</b>
	<b>Problemas no momento das compras</b>	<p>“Ela gosta de estar, pede sempre mas se dissermos hoje não pode ser ... Pode argumentar um bocadinho, mas aceita.” (E2)</p> <p>“Às vezes quer uns iogurtes e nós queremos que traga outros, mas não há problemas com as compras.” (E3)</p> <p>“Embora seja persistente, às vezes nos pedidos ... Nunca houve assim nenhuma birra, ele ouve, tenta outra vez mas não há gritos” (E6)</p> <p>“Ele tenta sempre que a gente lhe traga alguma coisinha ... Negoceia-se, esta é mais baratinha, leva esta.” (E9)</p>	<b>E2, E3, E6, E9, E10</b>
	<b>Expressões comuns</b>	<p>“não compro porque não faz falta.” (E1)</p> <p>“Hoje não pode ser.” (E2)</p> <p>“não podemos comprar porque não temos dinheiro.” (E4)</p> <p>“agora não podemos. Compramos só o que faz falta.” (E5)</p> <p>“Não vale a pena insistir” (E6)</p> <p>“Isso custa muito dinheirinho, se calhar tem que ficar para a próxima.” (E9)</p>	<b>E1, E2, E4, E5, E6, E7, E9</b>
	<b>Comportamento perante exigências</b>	<p>“Se for algo mais caro ... tentamos fazer ver que para ter algo também tem de trabalhar um bocadinho” (E1)</p> <p>“se achar que é acessível, tem alguma utilidade ... ou porque ela quer muito e como não é muito caro, pronto, posso ceder.” (E2)</p> <p>“não pode ser e ele diz está bem.” (E4)</p> <p>“Quando mete uma coisa na cabeça que quer um</p>	<b>E1, E2, E3, E4, E5, E8, E9</b>

		boneco, ou outra coisa, não compro.” (E5)	
	<b>Gosto pelas compras</b>	<p>“Não, detesta, não gosta ... não gostamos de perder tempo nas compras” (E1)</p> <p>“ela adora ir ao supermercado em que pode ver essas coisas todas, mesmo que não traga nada.” (E2)</p> <p>“Porque está com a mãe, está com o pai, porque vai passear ... nesse aspeto gosta, que compras for.” (E4)</p> <p>“Eu acho que ela se diverte. Ela gosta de olhar, de ver, de brincar.” (E7)</p> <p>“Às vezes queremos é que ele não vá. A sério que ele gosta de ir às compras.” (E9)</p> <p>“Porque a gente brinca também com ela, é um momento de família que não é tanto de consumo, mas aproveitamos também para ser de diversão.” (E12)</p>	<b>E1, E2, E4, E7, E8, E9, E10, E12</b>

A Tabela 12 refere-se aos produtos que fazem parte do consumo familiar e que ajudam a identificar o consumo destas famílias. É de notar que as doze famílias consomem: leite/iogurtes, livros, fruta/legumes e shampoo/sabonete. Das doze, dez consomem: roupa, água e televisão por cabo. Os produtos que menos são consumidos: quatro famílias, idas ao cinema e jogos eletrónicos, sete consomem refrigerantes e oito famílias consomem doces/guloseimas.

Verifica-se pelos dados da Tabela 12 que deste grupo de famílias, apenas duas não têm televisão por cabo e que uma delas não tem aparelho classificado como aparelhos de tecnologia hi-teck (que inclui: máquina fotográfica, tablet, câmara de filmar, consola).

**Tabela 12 – Questão: Produtos mais frequentes nas compras familiares**

		Sim	Não	Frequência	%	% Acumulada
Produtos infantis	Leite/iogurtes	12		12	8,3	8,3
	Roupa	10	2	12	8,3	16,7
	Livros	12		12	8,3	25,0
	Refrigerantes	7	5	12	8,3	33,3
	Doces/guloseimas	8	4	12	8,3	41,7
	Jogos eletrônicos	4	8	12	8,3	50,0
Produtos familiares	Fruta/legumes	12		12	8,3	58,3
	Shampoo/sabonete	12		12	8,3	66,7
	Água	10	2	12	8,3	75,0
	Televisão por cabo	10	2	12	8,3	83,3
	Cinema	4	8	12	8,3	91,7
	Hi-teck	11	1	12	8,3	100,0
	Total	112	32	144	100,0	

### **Educação para o consumo**

Nesta dimensão da *educação para o consumo* as famílias participantes no estudo, manifestam a sua opinião relativamente à forma como procuram estimular a educação para o consumo no seu seio familiar. Bem como, a educação nesta área que é promovida pelas escolas que frequentam os seus filhos.

### **Na família**

A categoria da educação para o consumo em termos familiares, como verificamos no Quadro 10, leva-nos a constatar que dez das doze famílias inquiridas, educa através do diálogo, conversando vão transmitindo o que pretendem. No universo das doze famílias, duas famílias referem que enquanto pais pretendem ser modelos perante o consumo com o seu comportamento:

“Estamos em sintonia nisso, normalmente tentamos explicar o que é mais preciso, o que nos faz falta, o que é necessário.” (E3);

“Fazemos-lhe ver que o que é mais importante é a comidinha para comermos. Pagar as continhas, já falo disto com eles” (E5);

“Em primeiro lugar pelo exemplo. Ela tem um modelo daquilo que é um consumo normal, eu julgo que nós somos equilibrados nos nossos consumos” (E8).

As famílias inquiridas sentem que a educação para o consumo, além de passar pela família, também deve passar pela escola, concretamente oito das doze famílias sabe e tem conhecimento do trabalho realizado nas escolas nesta dimensão da educação para o consumo, valorizando e colaborando com a escola. No entanto, quatro famílias dizem não ter conhecimento de qualquer ação ao nível da educação para o consumo realizada na escola do seu filho:

“faz parte do programa, aprender a reciclar, aprender a reutilizar, a nível dos alimentos faz parte do programa da escola” (E7);

“Sim eu acho (...) a educadora dela passou que estavam exatamente a tratar desse tema este ano. O reaproveitamento de alguns brinquedos, o consumo” (E8);

As ações enunciadas sobre a exploração do tema pela escola vão todas direcionadas na área da reciclagem/reutilização de materiais. No entanto, surgiram duas situações de sessões de esclarecimento aos pais, dinamizadas pelas escolas cujo tema foi obesidade e consumo:

“A escola de pais, teve uma escola de pais do consumo” (E1);

“as escolinhas de pais, da obesidade fui. Se bem que na verdade é tentar explicar uma boa alimentação.” (E10).

No Quadro 10 encontra-se uma síntese as opiniões das famílias participantes relativamente à categoria educação para o consumo.

Quadro 10 - Dimensão: Consumo das Famílias - Educação para o consumo

Categoria	Subcategoria	Exemplos	Frequência
Educação para o consumo	Na família	"normalmente tentamos explicar o que é mais preciso, o que nos faz falta, o que é necessário." (E3) "Fazemos-lhe ver que o que é mais importante é a comidinha para comermos. Pagar as continhas" (E5) "convém que as minhas escolhas de hoje sejam equilibradas para eu estar preparada, pois não sei, posso um dia não poder comprar tudo. Só tenho que comprar aquilo que preciso, porque uma coisa é poder comprar, outra coisa é gastar sem necessidade." (E6) "ela também vê como nos comportamos e esperamos nós que faça igual" (E7)	E3, E5, E6, E7, E8, E11
	Na escola	"Trabalham isso pelas reciclagens, pela importância de recuperação de materiais, tem que haver esse aproveitamento dos cartões" (E1) "a escola começa a ter um papel fundamental ... escola cria atividades ... de forma a não precisar de haver consumo." (E4) "Em termos de consumo, Têm que aprender a partilhar." (E6) "O reaproveitamento de alguns brinquedos, o consumo" (E8)	E1, E4, E6, E8, E10, E11, E12

5.3. Síntese dos Resultados

Este estudo procurou responder à questão de investigação *De que forma os diferentes estilos parentais se refletem nos hábitos de consumo das crianças em idade pré-escolar?*

Em primeiro lugar, referir que a amostra do estudo, não é considerada uma amostra representativa, pois foram doze famílias entrevistadas. Estas mesmas famílias, nas suas respostas foram sucintas e diretas, passando uma informação clara.

Depois da recolha de informação e da apresentação dos resultados, parece relevante a reflexão em alguns aspetos destes resultados, para depois no capítulo seguinte podermos apresentar uma conclusão do estudo.

Uma primeira análise dos resultados encontrados revela que o tema do consumo no sentido "do encontro natural das pessoas com o consumo, da relação íntima, do estilo de vida e o fato de as pessoas consumirem por um sentido, por um signo, e se não for assim o consumo pode causar perda de autenticidade das relações



sociais, materialismo e superficialidade, entre outros” (Cardoso, 2008, p. 23) não é uma realidade estranha para os participantes. Pelo contrário faz parte do dia-a-dia da família, como podemos perceber pela citação seguinte de uma das entrevistas realizada *“Ainda à bem pouco tempo falámos sobre isso”* (E12). O consumo é uma preocupação destes pais relativamente ao futuro dos seus filhos quando referem que *“convém que as minhas escolhas de hoje sejam equilibradas para eu estar preparada, pois não sei, posso um dia não poder comprar”* (E6).

A situação de crise económica que Portugal está a passar leva os pais a questionar-se *“dava-se tudo aos miúdos sem se explicar porque se dava. Aprende-se a partilhar, que é uma coisa, que as crianças não estão preparadas a partilhar”* (E4). O consumo faz parte da rotina diária das famílias. É habitual depois de ir buscar o filho à escola ir às compras, passar pelo supermercado para comprar, mesmo com uma motivação ou objetivo pouco claro.

Os participantes neste estudo são elementos de famílias, pai e mãe, em que nove são casados dois vivem em situação de coabitação e um reconstituíram família. Têm dois filhos por casal oito famílias, têm um filho três famílias e uma família com três filhos. Todos tinham filhos que frequentam um estabelecimento de ensino. As suas idades estão compreendidas entre os 30 e os 55 anos, tendo dezasseis dos participantes frequentado o ensino superior. De salientar que apenas uma pessoa tem o ensino básico e sete o ensino secundário. As profissões que desempenham e a situação profissional que mantêm indicam serem famílias de nível socioeconómico médio e médio superior.

O conceito de família dos inquiridos resultou na definição seguinte: *“Família é um conjunto, núcleo de pessoas unidas por parentesco, que se amam e vivem sob o mesmo teto, têm laços familiares, afetivos e emocionais. Lugar onde partilhamos a nossa vida, o dia-a-dia em tudo, os momentos de lazer e maior responsabilidade, vivenciando os bons e maus momentos e ir adaptando às vicissitudes da vida. A família deve ser a base do amor, respeito, responsabilidade, comunicação e educação dos filhos segundo o exemplo dos pais, criando-lhes oportunidades para o futuro”*.

Esta definição é o conjunto de todos os critérios partilhados, vivenciados, que fazem parte de ideais com base em valores que constroem uma realidade de família e

de rotinas familiares que vai ficando na memória de pais e mães que tudo fazem para que os seus filhos sejam felizes, pessoas confiantes e participantes na sociedade futura onde o consumo está presente.

Nesta dimensão, constatamos que dentro da família na sua maioria, são as mães quem mais promove o consumo.

Verifica-se ainda que os pais procuram ir controlando o consumo na sua rotina, satisfazendo alguns pedidos dos filhos. Mesmo tendo noção que consomem coisas desnecessárias.

Relativamente aos estilos parentais, encontrámos nos nossos participantes características dos diferentes estilos referenciados na literatura. Nomeadamente o estilo autoritário:

- Doze das famílias transmitiram que exerciam controlo sobre o comportamento dos seus filhos em relação ao consumo, que achavam importante o respeito pela autoridade e que em última instância as decisões familiares competiam aos pais;
- Oito das doze famílias utilizam a punição como meio de controlar os comportamentos dos filhos.

Entre os nossos participantes também encontrámos o estilo autoritativo:

- Talvez por isso nove das famílias têm filhos confiantes e autónomos;
- Onze das famílias cedem perante pedidos dos filhos depois de ouvidas as crianças e negociados os pedidos feitos, sendo que em seis delas só acontece às vezes.

Por fim o estilo permissivo encontra-se em:

- Dez das famílias que referem que dão liberdade aos seus filhos para tomar as suas decisões, mas cinco manifestaram que essa liberdade tinha de ser dentro de limites e regras familiares;
- Dez das famílias facilitam muitas explicações aos seus filhos;
- Doze das famílias consideram que a educação não deve ser assente só sobre o afeto e carinho;

- Nove das famílias consideram-se muito exigentes.

Tendo em conta as características apresentadas no capítulo I e os resultados encontrados no nosso estudo referentes aos diferentes estilos parentais, os pais participantes tendem a situar-se entre o estilo autoritário e autoritativo.

A análise dos resultados sugere que as crianças das famílias participantes no estudo não são crianças muito influenciadoras dos comportamentos de consumo dos pais. Pois, os seus pais não permitem comportamentos excessivos. As crianças podem manifestar os seus desejos de aquisição mas não levam os pais a comprar o que não querem ou necessitam.

Famílias mais autoritárias não permitem exigências por parte dos filhos. Logo, estes não conseguem exercer influência sobre os pais nos momentos das compras. Por outro lado, famílias autoritativas que sabem ouvir e procuram educar de forma equilibrada os seus filhos para a questão do consumo também não cedem facilmente aos pedidos dos filhos, pois, as decisões devem ser ponderadas e negociadas em conjunto no seio da família.

No respeitante ao consumo das famílias é de salientar, que a televisão e outros meios apontados pelos entrevistados como folhetos, revistas, rádio, grupos de pares são influenciadores no consumo das crianças mas não numa manifestação expressiva. Das doze famílias inquiridas, cinco referem que os filhos não são influenciados pelos meios de comunicação.

De acordo com os dados, constata-se que todas as crianças mostram interesse em comprar, solicitando os pais para lhes comprar alguma coisa sempre que os acompanham nas compras. Mas nenhuma destas crianças tem atitudes de exigência (birra) face à recusa de compra.

Das doze famílias que se fazem acompanhar dos filhos nas compras, de acordo com os pais oito crianças adoram este momento e procuram vivê-lo como momento de partilha, diversão e relação familiar.

O consumo das famílias pode ser considerado numa dimensão económica, pessoal e social, que interfere diretamente na rotina diária das famílias e no acompanhamento que estas fazem do crescimento dos filhos. Assim, os dados obtidos

em relação á educação das crianças demonstram que tanto a família quanto a escola têm um papel fundamental a desenvolver nesta área, e em particular, um momento de crise económica como o que se vive em Portugal e noutros países europeus.

## **Capítulo IV**

### **Considerações finais**

## 6. Considerações finais

O presente trabalho de investigação partiu de motivações pessoais e profissionais da investigadora, procurando responder à questão de investigação *De que forma os diferentes estilos parentais se refletem nos hábitos de consumo das crianças?*

Para responder a esta questão, optou-se por realizar um estudo exploratório, junto de doze famílias com filhos em idade pré-escolar, crianças entre os três e os cinco anos. A recolha dos dados foi feita, através de entrevista num ambiente natural das famílias.

Depois das entrevistas realizadas às famílias e da análise global dos resultados obtidos, procuramos responder à questão de investigação, nomeadamente:

- Em encontrar um conceito de família, de forma a solidificar esta dimensão das relações, das vivências, dos ideais/valores e das memórias familiares. Permitindo, perceber em que contexto e sobre que bases crescem e se desenvolvem as crianças de três e cinco anos;
- Em identificar os estilos parentais das famílias inquiridas, para perceber, se são todos iguais ou têm diferentes estilos. Importante, na medida em que, as características próprias de cada um, destes estilos podem ou não influenciar os hábitos e comportamentos das crianças nas diferentes dinâmicas familiares do dia-a-dia;
- Em perceber como se processa o consumo das famílias, pois, pais e filhos são promotores do consumo. Realidade que envolve um meio influenciador, interesses, problemas, comportamentos e educação numa área tão particular como o consumo, explorando ideias muito concretas, como os hábitos e comportamentos em ambiente familiar perante o consumo.

Reavaliando os resultados, percebe-se:

- A identificação de diferentes estilos parentais encontrados noutros estudos;
- Os hábitos muito próprios de consumo das famílias e a dinâmica que se cria à sua volta;

- O acompanhamento/educação que é feito pelos pais principalmente nesta dimensão do consumo reflete-se nos hábitos de consumo;
- O comportamento das crianças é fruto da formação e do exemplo que os pais procuram passar nesta área;
- O consumo destas famílias é entendido pelas mesmas, como equilibrado, ponderado e exemplo para os filhos;
- A educação para o consumo é tarefa intrínseca da família mas deverá ser uma realidade também das escolas.

Estes resultados do estudo refletem a importância da família como espaço privilegiado de orientação rumo a melhores pessoas amanhã, de vivências que sustentam um equilíbrio em termos emocionais e afetivos, de interesse em construir um ambiente familiar estável e acolhedor, de controlo das práticas comportamentais e de memória de um acordar ao nascer do sol entre pessoas que se amam, apoiam e protegem mutuamente.

### **Limitações do estudo**

Ao longo do percurso percorrido foram sentidas algumas limitações na realização deste trabalho. Limitações que se enumera de seguida:

- Os participantes não serem representativos da população em geral;
- O tempo disponível da investigadora ou participantes para a recolha e aprofundamento das entrevistas;
- Ter introduzido no guião de entrevista indicadores mais claros acerca dos estilos parentais, nomeadamente se algum comportamento/atitude só está a ser referenciado pela idade da criança.

## **Perspetivas futuras**

No terminar de um trabalho desta natureza fica o sabor a pouco. Sente-se a vontade de continuar, de saber e procurar mais. Fica uma pequena experiencia em forma de motivação e incentivo para situações futuras.

O culminar deste singelo trabalho, remete para propostas de possíveis estudos futuros, contemplando:

- Um estudo da mesma natureza, mas com uma amostra representativa da população em geral;
- Este estudo só teve como público-alvo as famílias (pai e mãe) e por consequência um filho. Pensa-se que seria relevante abrir não só à dimensão do feedback desses filhos, percebendo qual a perspectiva das próprias crianças, como também poderia e deveria ser alargado aos restantes filhos do casal;
- Uma outra sugestão vai no sentido de perceber se o consumo praticado pelas famílias tem ou não alguma influência com a marca dos produtos adquiridos;
- Por último, pensa-se que um estudo comparativo entre crianças em idade pré-escolar e crianças de primeiro ciclo pode contribuir, enriquecendo a área do consumo infantil.



## **Referências Bibliográficas**

Alarcão, M. (2000). (des) Equilíbrios familiares – uma visão sistémica. Coimbra: Quarteto Editora.

Almeida, A. (2005). *O que as Famílias fazem à Escola (...) pistas para um Debate*. *Análise Social*, vol. XL (176), P. 579 – 593. Acedido em 10/02/2013 <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/aso/n176/n176a06.pdf>.

Almeida, A., Vieira, M. (2006). *A Escola em Portugal. Novos Olhares, outros Cenários*. Lisboa. Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Tipografia Guerra.

Almeida, A., André, I. e Almeida, H. (1999). *Famílias e Maus Tratos às Crianças em Portugal*. Assembleia da República. Lisboa. Universidade de Lisboa. Instituto de Ciências Sociais.

Almeida, J. (1995). *Introdução à Sociologia*. Lisboa. Universidade Aberta.

Almeida, L., Freire, T. (2007). *Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação*. Braga. Psiquilíbrios Edições.

Instituto Nacional de Estatística. (31/01/2013). *Anuário Estatístico de Portugal 2011*. Acedido em 24/02/2013: [http://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=152849801&att\\_display=n&att\\_download=y](http://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=152849801&att_display=n&att_download=y)

Balancho, L. (2003). *Ser Pai, Hoje*. Lisboa: Editorial Presença.

Bairrão, J. Vasconcelos, T. (1997). *A Educação Pré-Escolar em Portugal: Contributos para uma Perspetiva Histórica*. *Inovação*, 10 (1), 7-19.

Barbosa, L. (2008). *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Beulke, C. (2005). *A Influência do Consumidor Infantil sobre os Pais na Tomada de Decisão de Compra de Produtos Alimentícios*. Escola Superior de Propaganda e Marketing. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Acedido em 02/03/2013 <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/153478376362786132115724876822665962680.pdf>.

Brás, P. (2008). *Um Olhar sobre a Parentalidade (estilos parentais e aliança parental) à luz das transformações sociais atuais*. Universidade de Lisboa. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. Mestrado Integrado em Psicologia. Secção de Psicologia Clínica e da Saúde e Núcleo de Psicologia Clínica Sistémica.

Campos, D. *Direito da Família*. Lições Direito da Família e das Sucessões. Almedina. Acedido em 24/02/2013: [http://octalberto.no.sapo.pt/Direito\\_da\\_Familia.htm](http://octalberto.no.sapo.pt/Direito_da_Familia.htm).

Cardoso, I. (2008). *A Influência da Televisão sobre as crianças: uma Problemática*. Fortaleza. Faculdade 7 de setembro, curso de Publicidade e Propaganda. Acedido em 26/02/2013

<http://www.fa7.edu.br/recursos/imagens/File/publicidade/monografia/2008/ivna%20ximenes.pdf>

Cecconello, A. (2003). *Práticas Educativas, Estilos Parentais e Abuso Físico no Contexto Familiar*. Psicologia em Estudo. Maringá, vol. 8, p. 45 – 54. Acedido em 27/02/2013 <http://www.scielo.br/pdf/pe/v8nspe/v8nesa07.pdf>.

Costa, M. (2012). *O Casamento*. Sol Nascente, Revista do Centro de Investigação sobre Ética Aplicada. Acedido em data: <http://www.ispsn.org/sites/default/files/magazine/articles/N1%20art4.pdf>

Costa, M. (org.) (2009). *A Educação na Cultura da Mídia e do Consumo*. Rio de Janeiro: Lamparina Editora.

Cruz, O. (2005). *Parentalidade*. Coimbra. Editora Quarteto.

Custódio, S. e Cruz, O. (2008). *As Representações Mentais das Crianças acerca das Figuras Parentais*. Psicologia: Teoria e Pesquisa, Out-Dez 2008, Vol. 24n. 4, pp. 393-405. Universidade do Porto, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Instituto Politécnico de Leiria, Escola Superior de Saúde. Acedido: <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v24n4/02.pdf>

Delaunay, C. (2001). *O Enredo Conjugal – Uma viagem à realidade quotidiana do consumo*. Lisboa: Gráfica 2000.

Delgado, P. (1996). *Divórcio e Separação em Portugal: Análise Social e Demográfica Século xx*. Lisboa: Editorial Estampa, Lda.

Dexheimer, C. (2011). *O Consumismo Infantil: a Influência das Crianças na Decisão de Compra dos Pais*. Universidade Presbiteriana Mackenzie. VII Jornada de Iniciação Científica. Acedido: [http://www.mackenzie.com.br/fileadmin/Pesquisa/pibic/publicacoes/2011/pdf/jor/carolini\\_dexheimer.pdf](http://www.mackenzie.com.br/fileadmin/Pesquisa/pibic/publicacoes/2011/pdf/jor/carolini_dexheimer.pdf)

Dias, I. (2004). *Violência na Família: Uma Abordagem Sociológica*. Sta. Maria da Feira: Edições Afrontamento.

Dicionário de Sociologia. (2002). Porto: Porto Editora, Lda.

Dicionário de Citações e Provérbios. (2003). Lisboa. Editora Planeta DeAgostini, S.A. (vol. 29).

Duarte, J. (2010). *Efeitos do “Endorsement” em Crianças dos 7 aos 12 anos. A influência da socialização do consumo*. Universidade do Minho. Dissertação de Mestrado em Marketing e Gestão Estratégica. Acedido em: 24-02-2013, <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/16732/1/Tese.pdf>

Duarte, J. (2010). *Valores e Estilos Parentais Educativos em Famílias Nucleares Intactas*. Mestrado Integrado em Psicologia (Secção de Psicologia Clínica e da Saúde/Núcleo de Psicologia Clínica Sistémica). Lisboa: Faculdade de Psicologia (Tese de mestrado, documento policopiado).

Esteves, A. (2010). *Estilos Parentais e coparentalidade: Um Estudo Exploratório com Casais Portugueses* Tese de Mestrado Integrado em Psicologia, Faculdade de Psicologia. Universidade de Lisboa.

Étienne, J. Bloess, F., Noreck, J. e Rouox, F. (1997). *Dicionário de Sociologia. As noções, os mecanismos e os autores*. Lisboa: Plátano Edições Técnicas.

Fonseca, V. *Necessidades da Criança em Idade Pré-Escolar*. Acedido em: 27/01/2013. <http://www.waece.org/biblioteca/pdfs/d028.pdf>

Freixo, M. (2010). *Metodologia Científica, fundamentos, métodos e técnicas*. Lisboa: Instituto Piaget.

Galvão, C. (2005). *Narrativas em Educação, Narratives in Education*. Ciência & Educação, v. 11, n. 2, p. 327 – 345. Acedido em: <http://www.scielo.br/pdf/ciedu/v11n2/12.pdf>.

Gardner, H. (1994). *A Criança Pré-Escolar: como Pensa e como a Escola Pode Ensiná-la*. Porto Alegre: Artes Médicas.

Gomes, M. (2010). *(Des) Complexificando os Estilos Parentais – com Pais Casados e Pais Divorciados/Separados*. Universidade de Lisboa. Faculdade de Psicologia. Mestrado Integrado em Psicologia. Secção de Psicologia Clínica e da Saúde/Núcleo de Psicologia Clínica Sistémica.

Grande Enciclopédia Universal. (2004). Lisboa. Editora Durclub, S.A. (vol. 5, vol. 8, vol. 11, vol. 18).

Hébert, M., Goyette, G. e Boutin, G. (1990). *Investigação Qualitativa: Fundamentos e Práticas*. Lisboa. Éditions Agence d'ARC inc.

Instituto Nacional de Estatística. (2012). *Indicadores Sociais 2011*. Acedido em 24/02/2013: [http://www.ine.pt/ngt\\_server/attachfileu.jsp?look\\_parentBoui=152049014&att\\_display=n&att\\_download=y](http://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=152049014&att_display=n&att_download=y)

- Karsaklian, E. (2004). *Comportamento do consumidor*. São Paulo: 2ª edição, Atlas.
- Leandro, M. (2001). *Sociologia da Família nas Sociedades Contemporâneas*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Lima, C. (1998). *A Escola como Organização e a Participação na Organização Escolar*. Braga: Universidade do Minho.
- Limeira, T. (2008). *Comportamento do consumidor brasileiro*. São Paulo: Saraiva.
- Mantilla, L. (2002). *Enciclopédia dos Pais de Hoje: Como ser Melhores Pais*. Círculo de Leitores. Printer Portuguesa.
- Ministério da Educação. (2000). *A Educação Pré-Escolar e os cuidados para a Infância em Portugal*. Lisboa. Departamento de Educação Básica.
- Ministério da Educação. (1997). *Orientações Curriculares para a Educação Pré-Escolar*. Ministério da Educação. Lisboa. Departamento da Educação Básica/Núcleo de Educação Pré-Escolar. Gabinete para a Expansão e Desenvolvimento da Educação Pré-Escolar. Editorial do Ministério da Educação
- Ministério da Educação/Departamento de Educação Básica/Núcleo de Educação Pré-escolar (2003). *Pensar formação três*. Lisboa. Ministério da Educação.
- Miranda, R. (2009). *Metodologia*. Capítulo 3. Acedido em 28/05/2013 [http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/5489/9/ulfc096328\\_3\\_metodologia.pdf](http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/5489/9/ulfc096328_3_metodologia.pdf)
- Montandon, C. (2005). *As Práticas Educativas Parentais e as Experiências das Crianças*. Educação Social, Campinas, vol. 26, nº 91, p. 485-507, Maio/Agosto. Acedido em 06/06/2013: <http://www.scielo.br/pdf/es/v26n91/a10v2691.pdf>.
- Monteiro, P. (2010). *Uma Nova Perspectiva sobre a Decisão Individual de Consumo: o papel da categorização de produtos*. Mestrado Integrado em Psicologia (Secção da Cognição Social Aplicada). Universidade de Lisboa. Faculdade de Psicologia.
- Marujo, H., Neto, L. & Perloiro, M. (2002). *A Família e o Sucesso Escola*. Lisboa: 3ª edição, Editorial Presença.
- Nodin, N. (2002). *Sexualidade de A a Z*. Lisboa: Bertrand Editora.
- Pereira, C. (2010). *Leis da Parentalidade*. Mother & Babycare, by Oliver. Acedido em 25/01/2013: [http://www.celina-pereira.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=39&Itemid=71](http://www.celina-pereira.com/index.php?option=com_content&view=article&id=39&Itemid=71)
- Pereira, R., (2012). *O Envolvimento dos pais na escola: um estudo com pais-professores no 1º ciclo do ensino básico*. Universidade de Lisboa, Instituto de Educação. Dissertação de mestrado. Área de especialização em Formação Pessoal e Social.

Pereira, S. *Os Desafios Educativos dos Media na Educação de Infância*. Institutos de Estudos da Criança. Universidade do Minho. Acedido em 04/06/2013: <http://cedic.iec.uminho.pt/Textos de Trabalho/textos/desafios.pdf>.

Pinto, M. (2002). *Televisão, Família e Escola*. Lisboa: Editorial Presença.

Pordata. *Base de Dados Portugal Contemporâneo*. Fundação Francisco Manuel dos Santos. Acedido em: <http://www.pordata.pt/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela>.

Quivy, R., Campenhoudt, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa. Gradiva – Publicações, Lda.

Raths, L., Harmin, M. & Simon, S. (1966). *Values and Teaching*. Columbus, Ohio: Charles E. Merrill.

Rosa, M. & Chitas, P. (2010). *Portugal: os Números*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Sampaio, D. (2011). *Da Família, da Escola e umas quantas coisas mais*. Lisboa. Editorial Caminho, 2ª ed.

Sampaio, D. (2010). *Porque Sim*. Lisboa. Editorial Caminho, 4ª ed.

Santos, N. (2001). *A Sociedade de Consumo e os espaços vividos pelas Famílias*. Centro de Estudos Geográficos de Coimbra. Lisboa: Edições Colibri.

Saraceno, C. e Naldini, M. (2003). *Sociologia da Família*. Lisboa: Editorial Estampa, Lda.

Shorter, E. (1975). *A Formação da Família Moderna*. Lisboa: Terramar – Editores, Distribuidores e Livreiros, Lda.

Singly, F. (2000). *O Eu, o Casal e a Família*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, Lda.

Sociedade in Infopédia (2003-2013). Porto: Porto Editora. Acedido em: 14/03/2013, <http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa/sociedade>

Sparrow, J. e Brazelton, T. (2003). *A Criança dos 3 aos 6 anos – O desenvolvimento emocional e do comportamento*. Lisboa: Editorial Presença.

Tuckman, B. (1994) *Manual de Investigação em Educação*. Lisboa. Fundação Gulbenkian.

Valente, M. (2002). *A Escola e a Educação para os Valores*. Lisboa. Centro de Investigação em Educação.

Vayer, P. (1980). *O Diálogo Corporal*. Lisboa. Instituto Piaget: Sociedade Astória.

Vasconcelos, T. (2003). *Educação de Infância em Portugal: Situação e Contextos numa Perspetiva de Promoção de Equidade e Combate à Exclusão*. Conselho Nacional de Educação. Lisboa.

Veiga, F. (2000). *Feições de Paideia – Pedços de Psicologia Poética*. Lisboa. Universitária Editora, Lda.

Vilarinho, M. (2000). *Políticas de Educação Pré-escolar em Portugal (1977-1997)*. Lisboa. Instituto de Inovação Educacional.

Weber, L. & col. (2004). *Identificação de Estilos Parentais: o ponto de vista dos pais e dos filhos*. In Psicologia: Universidade Federal do paraná. Reflexão e crítica, p. 323 – 331. Acedido em 15/04/2013 <http://www.scielo.br/pdf/pe/v8nspe/v8nesa07.pdf>.

Williams, F. (2010). *Repensar as Famílias*. Cascais: Edição Pr nc pia.

## **Legislação Consultada**

- Lei de Bases do Sistema Educativo – Lei n  49/2005 de 30 de agosto.
- Lei-Quadro da Educação Pré-Escolar – Lei n  4/97 de 10 de fevereiro.

**Anexos**



**Anexo I**  
**Guião da Entrevista**

## **Guião da Entrevista**

**Tema:** De que forma os estilos parentais se refletem nos hábitos de consumo das crianças em idade pré-escola?

**Objetivo Geral:** Descrever como os diferentes estilos parentais se refletem no consumo das crianças em idade pré-escolar.

### **Parte I: Legitimação da entrevista e motivação dos entrevistados.**

**Objetivos específicos:**

- Legitimar a entrevista;
- Informar os entrevistados do contexto da investigação, objetivos e tema da entrevista.

**Formulário de questões:**

- Informar os entrevistados sobre o estudo em curso;
- Assegurar a confidencialidade das declarações prestadas;
- Pedir a sua colaboração, salientando a importância desta;
- Pedir autorização para gravar, dando a conhecer que se pretenderem ter acesso, se disponibiliza a transcrição da entrevista para clarificar algum elemento.

### **Parte II: Recolha de dados de carácter geral**

**Objetivo específico:**

- Conhecer alguns dados pessoais acerca das famílias entrevistadas.

**Formulário de questões:**

- Qual a vossa idade (diferenciando a mãe do pai)?
- São casados? Coabitam? Ou constituem uma família reconstituída?
- Número de filhos na família? Qual a ordem do que está em idade pré-escolar?
- Qual a idade do(s) vosso(s) filho(s)?
- O vosso(a) filho(a) frequenta alguma escola? Se sim, a que distância fica de vossa casa? Quanto tempo demoram na viagem até à escola?
- O(s) Vosso(s) tem alguma atividade extra horário escolar? Qual?
- Qual o vosso grau académico?

- Qual a vossa profissão?
- Neste momento qual a vossa situação profissional?

### **Parte III: Recolha do conceito de família dos entrevistados.**

#### **Objetivos específicos:**

- Descrever o que se entende por família;
- Compreender de que forma a ideia de família está relacionada com uma família consumista.

#### **Formulário de questões:**

- Tendo presente que fazem parte de uma família, qual a vossa opinião sobre o que é uma família?
- Consideram a vossa família como sendo uma família consumista?
- Quem mais promove o consumo na vossa família?

### **Parte IV: Recolha de dados relativos aos estilos parentais.**

#### **Objetivo específico:**

- Identificar os estilos parentais dos participantes do estudo.

#### **Formulário de questões:**

- Na rotina do dia-a-dia, procuram insistentemente controlar os comportamentos do(s) seu(s) filho(s)?
- Valorizam o respeito, que o(s) vosso(s) filho(s) tem pela autoridade que exercem?
- Regularmente utilizam a punição como meio de controlar os comportamentos do(s) vosso(s) filho(s)?
- Como pais e considerando as várias decisões que são necessárias tomar na família, dão oportunidade ao(s) vosso(s) filho(s) de manifestar(em) a sua(s) opinião(ões) chegando a um consenso ou as decisões ficam exclusivamente para vocês?
- Dada a vossa vivência do dia-a-dia, acham que em casa têm um ambiente:
  - Caloroso;
  - Afetivo;
  - Colaborativo? Ou
  - De medo;
  - Controlo;

- Insegurança ?
- Consideram o(s) vosso(s) filho(s), uma criança(s) confiante(s) e autónoma(s)?
- O controlo que fazem do(s) vosso(s) filho(s) tem limites, regendo-se de acordo com determinadas regras?
- São firmes nas vossas atitudes ou facilmente cedem perante pedidos insistentes do(s) vosso(s) filho(s)?
- Sentem que é importante dar liberdade ao(s) vosso(s) filho(s), permitindo que se sintam(m) tranquilo(s) para fazer(em) o que achar(em) melhor, tomando a(s) Sua(s) própria(s) decisão(ões)?
- Recorrem à cooperação e colaboração do(s) vosso(s) filho(s), facilitando-lhe(s) muitas explicações sempre que pretendem alguma coisa?
- A educação deve estar assente só, sobre o afeto e o carinho?
- Consideram-se pais, abertos ao(s) comportamento(s) natural do(s) filho(s), fazendo poucas exigências?

**Parte V: Recolha de dados relativos ao consumo das famílias.**

**Objetivos específicos:**

- Perceber se a televisão é um meio influenciador de consumo infantil;
- Qual o comportamento das famílias face às exigências das crianças;
- Como se pode promover a educação para o consumo.

**Formulário de questões:**

- Consideram-se uma família consumista? Porquê?
- Sentem que o(s) vosso(s) filho(s):
  - Não é influenciado
  - É influenciado
  - É muito influenciado pela televisão relativamente aos produtos que quer comprar?
- Existem outros meios de comunicação que consideram também ser um meio de influência para o(s) vosso(s) filho(s)? Qual ou quais?
- Sempre que vão às compras e se fazem acompanhar pelo(s) vosso(s) filho(s), este(s) pede(m) para comprarem algum produto?
- Existem problemas entre vocês e o(s) vosso(s) filho(s) na hora das compras? Se sim, podem referir algum exemplo?
- Produtos mais frequentes nas compras familiares:
  - Produtos infantis:
    - Leite/iogurtes;
    - Roupa;

- Livros;
- Refrigerantes;
- Doces/guloseimas;
- Jogos eletrónicos.
- Produtos familiares:
  - Fruta/legumes;
  - Shampoo/sabonete;
  - Água;
  - Televisão por cabo;
  - Cinema;
  - Hi-teck (máquina fotográfica, tablet, câmara de filmar, consola).
- De todos os artigos referidos anteriormente, algum ou alguns foram particularmente “exigidos” pelo(s) vosso(s) filho(s)?
- Têm alguma expressão, que frequentemente utilizem, quando o(s) vosso(s) filho(s) vos pede(m) para comprar algum produto?
- Qual o vosso comportamento perante uma exigência para aquisição de um produto, por parte do(s) vosso(s) filho(s)? Podem contar alguma situação?
- Como na vossa família educam o(s) vosso(s) filho(s) para a questão do consumo equilibrado? Sentem que estão os dois em sintonia, que se complementam ou têm uma perspetiva diferente?
- Acham que o(s) vosso(s) filho(s) gosta(m) de ir convosco às compras? Porquê?
- Consideram a escola também um meio de educação para o consumo? A escola do(s) vosso(s) filho(s) realiza/realizou alguma ação nesse sentido? Qual?

Faculdade de Psicologia  
Instituto de Educação  
Universidade de Lisboa  
**BIBLIOTECA**